



BACHELORARBEIT

Frau
Isabel Alessa Schulz

**Qualitätsjournalismus im digi-
talen Zeitalter. Stand der Dis-
kussion, Herausforderungen
und Perspektiven.**

2013

BACHELORARBEIT

Qualitätsjournalismus im digitalen Zeitalter. Stand der Diskussion, Herausforderungen und Perspektiven.

Autor/in:

Frau Isabel Alessa Schulz

Studiengang:

Angewandte Medien

Seminargruppe:

AM10wK1-B

Erstprüfer:

Prof. Dipl.-Kaufm. Günther Graßau

Zweitprüfer:

Heinz Böckenholt

Einreichung:

Hamburg, 23.07.2013

BACHELOR THESIS

Quality Journalism in the Digital Era. State of Discussion, Challenges and Opportunities.

author:

Ms. Isabel Alessa Schulz

course of studies:

Applied Media

seminar group:

AM10wK1-B

first examiner:

Prof. Dipl.-Kaum. Günther Graßau

second examiner:

Heinz Böckenholt

submission:

Hamburg, 23.07.2013

Bibliografische Angaben

Nachname, Vorname: Schulz, Isabel Alessa

Qualitätsjournalismus im digitalen Zeitalter. Stand der Diskussion, Herausforderungen und Perspektiven.

Quality Journalism in the Digital Era. State of Discussion, Challenges and Opportunities.

50 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2013.

Abstract

The focus of this thesis is on the actual crisis of quality journalism in the digital era. First, a working definition of quality journalism in difference to ordinary journalism will be provided in order to decide in what way the talk about crisis is justified. In the center of this thesis is the actual discourse of crisis or change of quality journalism in the internet. After an evaluation of the different positions of this discourse it will be argued that there are new possibilities for quality journalism in the internet which still need to be further exploited.

Abstract

Es ist das Ziel dieser Arbeit, die aktuelle Krise des Qualitätsjournalismus im digitalen Zeitalter zu untersuchen und dabei nach möglichen Auswegen zu fahnden. Dafür wird zunächst eine Arbeitsdefinition des Qualitätsjournalismus in Abgrenzung zum Journalismus erstellt, um überprüfen zu können, inwiefern überhaupt von einer Krise die Rede sein kann. Im Zentrum der Arbeit steht der Diskurs über die Krise oder den Wandel des Qualitätsjournalismus im Internet. Nach eingehender Prüfung und Bewertung der verschiedenen Positionen innerhalb dieses Diskurses wird dafür argumentiert, dass das Internet dem Qualitätsjournalismus ganz eigene Möglichkeiten zur Verfügung stellt, die jedoch noch zu wenig genutzt werden.

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	V
Abkürzungsverzeichnis.....	VI
Vorwort	VII
1 Einleitung.....	1
2 Journalismus und Qualitätsjournalismus	7
2.1 Auf dem Weg zu einer Definition	7
2.1.1 Was ist Journalismus?	7
2.1.2 Was ist Qualitätsjournalismus?	9
2.2 Zwischenfazit: Das ist Qualitätsjournalismus.....	18
3 Die Digitalisierung und die Krise des Qualitätsjournalismus.....	20
3.1 Finanzierung	24
3.1.1 Die Problemsituation	24
3.1.2 Problemlösungen	28
3.2 Das Internet und die Digitalisierung des Journalismus.....	34
3.2.1 Das Internet als Problem für den Qualitätsjournalismus	35
3.2.2 Der Wandel des Qualitätsjournalismus im Internet	42
4 Fazit: Perspektiven für den Qualitätsjournalismus im digitalen Zeitalter	48
Literaturverzeichnis.....	VIII
Eigenständigkeitserklärung.....	XI

Abkürzungsverzeichnis

A.a.O.: Am angegebenen Ort

Bspw.: Beispielsweise

Bzw.: Beziehungsweise

Ders.: Derselbe

Dies.: Dieselben

Ebd.: Ebendort

Et al.: Und andere

Hg.: Herausgeber

I.d.R.: In der Regel

U.ä.: Und ähnliche

Z.B.: Zum Beispiel

Vorwort

Für Dich, Bruderherz.

1 Einleitung

Das Medium Zeitung und die Form und der Inhalt des Journalismus sind in ihrer Geschichte verschiedenen Wandlungen unterworfen gewesen, die in den meisten Fällen auf technologische Entwicklungen zurückzuführen sind und als Konsequenz kulturelle Veränderungen hervorgerufen haben. Dieser Zusammenhang zwischen Medium, Technik und Kultur wurde bereits im Jahr 1445 als Folge der Erfindung des Buchdrucks durch Johannes Gutenberg deutlich, wodurch Journalisten zunächst einzelne Blätter und später großvolumigere Zeitungen maschinell vervielfältigen und damit einer größeren Öffentlichkeit zur Verfügung stellen konnten.¹ Aufgrund der damit möglich gewordenen weitreichenden Produktions- und Distributionsmöglichkeiten konnten Zeitungen als Massenmedien zentrale kulturelle Aufgaben erfüllen, wozu neben der Informationsweitergabe innerhalb der Bevölkerung einer Region oder eines Landes auch die Schaffung einer kritischen Öffentlichkeit, die Gemeinschaftsbildung und die Orientierung in einer zunehmend komplexer werdenden Welt gehörten.

Dabei wurden fortlaufend technische Neuerungen in das Medium integriert und bspw. ab dem 19. Jahrhundert Texte nicht mehr nur mit handgefertigten Illustrationen und Grafiken, sondern auch mit Fotos kombiniert.² Durch die Erweiterung des medialen Umfangs von Zeitungen kamen für die Journalisten neue Aufgabenfelder hinzu, die mit Bildern und Fotos sowie deren Bedeutungszunahme in einer sich im 20. Jahrhundert entwickelnden Mediengesellschaft umgehen mussten. Zwar konnten die Zeitungsverlage der mit dem Bevölkerungswachstum kontinuierlich ansteigenden Nachfrage mit Hilfe von neuen Drucktechniken begegnen, aber die Erweiterung des Bildungsgrades in der Gesellschaft steigerte auch die Nachfrage nach Informationen, die je nach Zielgruppe eine gewisse Qualität aufweisen mussten.

Bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts transportierten Zeitungen hauptsächlich die Meinungen der Journalisten und Herausgeber zu bestimmten Ereignissen.³ Erst im beginnenden 20. Jahrhundert wurde der Meinungsjournalismus als dominante Form durch eine möglichst objektive, realitätsnahe und aktuelle Berichterstattung abgelöst, aber als Kolumne oder Kritik trotzdem weitergeführt. Gleichzeitig wurde aber auch die soziokulturelle und politische Bedeutung des Journalismus und des Mediums Zeitung bei der Etablierung oder Durchsetzung norm- und wertbestimmender Diskurse und

¹ Zur Geschichte der Presse vgl. Stöber, 2005.

² Vgl. Schulze, 2001: 18.

³ Eine ausführliche Geschichte des Journalismus von den Anfängen bis heute bietet Birkner, 2012; zum Wandel des Journalismus um 1900 vgl. ebd. 264-296.

Meinungen in der Gesellschaft deutlich: Der Journalismus wurde zur „‘Vierten Gewalt‘ [...], indem er sich inhaltlich an ein Massenpublikum wandte“⁴. Dementsprechend versuchen nach wie vor Akteure, die meistens politischen oder wirtschaftlichen Bereichen angehören, ihre Interessen über das Medium Zeitung zu kommunizieren und auf journalistische Personen und Inhalte Einfluss zu nehmen. Bekannte Beispiele für eine solche Einflussnahme sind der Missbrauch von Zeitungen und anderen Medien durch die deutschen Nationalsozialisten, um die eigene Ideologie zu transportieren und zu verankern, oder die Informationssteuerungsversuche durch das US-Militär während des Ersten Irakkrieges Anfang der 1990er Jahre mit Hilfe von Restriktionen, Zensur und dem Konzept der ‚Embedded Journalists‘.⁵ Mit dem Problem der Einflussnahme haben Journalisten nach wie vor zu kämpfen, um dem gesellschaftlichen Anspruch auf objektive Informationen nachzukommen.

Die gestiegene gesellschaftliche Bedeutung des Journalismus ist nicht allein auf einen inhaltlichen Wandel vom Meinungs- zum Informationsjournalismus zurückzuführen, sondern auch auf eine Arbeitsteilung bzw. symbiotische Beziehung zwischen den Journalisten und dem Medium Zeitung.⁶ Während sich die Journalisten auf die Erstellung von Inhalten konzentrieren konnten, organisierten die Zeitungsverlage den Druck, den Massenvertrieb und die Gewinnung von Anzeigenkunden, für die sie als Werbeplattformen fungierten.⁷ Diese Arbeitsteilung funktionierte über lange Zeit und war ein Garant für die Qualität journalistischer Inhalte. Sowohl das Medium Zeitung als auch der Journalismus konnten wechselseitig vom technischen Fortschritt profitieren, indem neue Drucktechniken entwickelt und das Anzeigengeschäft erweitert wurde, wobei sich das Medium und seine Inhalte nicht grundlegend gewandelt, sondern eher schrittweise verändert haben. Ebenso wurde der Beruf des Journalisten komplexer und bildete sich weiter aus in Auslands- oder Kriegsreporter, Reisejournalisten oder auch einzelne Ressorts, wie Politik oder Kultur.

Der Wandel des Journalismus im digitalen Zeitalter

Dieser Prozess des Fortschritts durch Integration, Anpassung und Diversifikation schien Mitte der 1990er Jahre eine neue Dimension zu erreichen, als das Internet für die breite Masse verfügbar wurde. Für das Medium Zeitung schienen die durch das Internet eröffneten Produktions- und Rezeptionsmöglichkeiten erweiterte Chancen für

⁴ Kramp, 2013: 34

⁵ Vgl. Cooke, 2007.

⁶ Vgl. ebd.

⁷ Vgl. ebd.

den Vertrieb und die Finanzierung zu bieten. Für den Journalismus entwickelten sich in der multimedialen Welt des Netzes neue Handlungsfelder und mit den neuen Medien auch neue Formen und Wege der Kommunikation von Informationen. Allerdings konnte das Zeitungsmedium die neue digitale Technologie dieses Mal nicht integrieren, sondern wurde in neuer medialer Form als Online-Zeitung Teil des Internets. So wie sich Online-Zeitungen von ihren klassischen Vertretern durch ihren multimedialen Aufbau unterscheiden, diversifizierte sich der Journalismus in eine Print- und eine Online-Variante, die sich hinsichtlich ihrer Aufgaben und Produktionsweisen unterscheiden. Während klassischer Journalismus bislang an ein Medium gebunden war und eine Spezialisierung erforderte, die etwa im Print-, Hörfunk- oder Fernsehbereich liegen konnte, vereint der Online-Journalismus alle Möglichkeiten und alle Vorteile dieser Medien: Online können Informationen in Echtzeit geliefert, beliebige Bildermengen oder Videos mit Texten kombiniert und gleichzeitig auch archiviert werden.

Das Problem der Finanzierung des Online-Journalismus

Diese Entwicklung löste zunächst eine allgemeinen Euphorie aus. So stellt Leonard Novy rückblickend fest: „Im ausklingenden 20. Jahrhundert überboten sich Wissenschaft und Publizistik mit optimistischen Vorhersagen zum Wissens- und Informationszeitalter.“⁸ Um dann fortzufahren: „Mit der Jahrtausendwende und der Erkenntnis, dass das Internet für publizistische Medien nicht nur Chancen, sondern – gerade für das Zeitungswesen – auch ökonomische Probleme mit sich bringt, wichen Utopien und teleologischer Fortschrittsglaube vielerorts zunächst Verunsicherung, dann Fatalismus. Ab 2008 traf schließlich die Wirtschafts- und Finanzkrise die traditionell von der konjunkturellen Entwicklung besonders abhängige Branche hart.“⁹ Damit hat die Krise ein ohnehin bei Presseverlagen bestehendes Finanzierungsproblem verstärkt: Es gibt bisher kein Konzept, mit dem sich Online-Zeitungen finanziell tragen können, geschweige denn Gewinne abwerfen, weil Rezipienten im Internet weder große Mengen von Werbung in Kauf nehmen wollen, noch bereit sind für Online-Inhalte zu bezahlen.¹⁰ Internet-Werbung ist hauptsächlich für Aggregatoren großer Anzeigemengen, wie etwa *Google*, lukrativ. Die Online-Redaktionen werden daher noch immer vielfach durch den Verkauf und die Anzeigen von Print-Zeitungen finanziert. Weil aber auch im Print-Sektor die Verkaufszahlen zurück- und die Werbekunden ausgehen befindet sich – durch die Finanzkrise verstärkt – die gesamte Zeitungs- und Zeitschriftenbranche in

⁸ Novy, 2013: 17.

⁹ Ebd.

¹⁰ Vgl. Heng et al., 10.05.2013.

einer Krise.¹¹ Die Frage ist heute, auf welche Weise die bisherige, gesellschaftlich notwendige und geforderte Qualität journalistisch aufbereiteter Informationen finanziert werden soll. Diese Frage stellt sich besonders nachdringlich in den digitalen Medien, da es dort bisher kein tragfähiges Finanzierungskonzept gibt.

Veränderungen des Journalismus und seiner Rezeption durch das Internet

Neben diesen finanziellen Aspekten haben aber auch die Digitalisierung und die damit einhergehenden medialen Veränderungen sowie die daraus resultierenden neuen Produktions- und Rezeptionsbedingungen von Informationen die Form, den Inhalt und die Qualität des Journalismus gewandelt. Denn Online-Journalisten müssen bspw. nicht nur sämtliche Medienkanäle benutzen, die ihre digitale Zeitungs-Plattform anbietet, sondern auch die neuen Medienformen und -formate bedienen, die stets weiter entwickelt und immer zahlreicher werden, wie bspw. soziale Netzwerke. Sie müssen ihre Informationen in denjenigen Medien platzieren, die auch von Internet-Usern, ihren Rezipienten, häufig genutzt werden. Und diese Medienangebote müssen wiederum für die vielen Endgeräte verfügbar gemacht werden, da die Tendenz dahin geht, Nachrichten nicht mehr nur über den heimischen PC, sondern mobil, per Smartphone oder Tablet-Computer zu konsumieren.¹² Dabei besteht ihre Aufgabe weniger darin, selber zu recherchieren, sondern sie übernehmen zum Teil nur noch eine Selektionsarbeit; ihre ‚Gatekeeper-Funktion‘, indem sie andere Informationen sammeln, kategorisieren, bewerten und verfügbar machen. Ein gutes Beispiel für diese Funktion findet man auf der erfolgreichen Internet-Plattform *Spiegel Online*, wo in der Rubrik Kultur unter dem Titel „Heute in den Feuilletons“¹³ immer wieder ein kurzer Überblick über die Inhalte der Feuilletons anderer Zeitungen, insbesondere der Online-Versionen, geboten wird. Es ist nach wie vor offen, inwiefern die neuen Aufgaben und Funktionen des Online-Journalismus eine ähnliche Informationsqualität erzeugen können, wie sie etwa im Bereich des investigativen Journalismus durch intensive Hintergrundrecherchen möglich ist. Denn nach wie vor ist bspw. die Verlässlichkeit der Informationen ein wichtiges Kriterium bei der Wahl des Informationsmediums durch die Rezipienten.¹⁴ Weil sie die nachgefragten Qualitätsmerkmale nicht erfüllen können, verschwinden viele kleinere Zeitungsprojekte schnell vom Online-Markt, während sich andere stets neu erfinden müssen.

¹¹ Vgl. Heng et al., 10.05.2013.

¹² Vgl. Bucher/Püschel, 2001: 10.

¹³ www.spiegel.de

¹⁴ Vgl. Picot, 2002: 3.

Informationskonkurrenz im Netz

Die Frage nach der Qualität und dem damit verbundenen Mehrwert, den journalistisch aufbereitete Informationen schaffen, stellt sich zudem angesichts der Flut an anderweitig generierten und verfügbar gemachten Informationen, die das Internet heute bereitstellt. Durch das Aufkommen neuer Möglichkeiten der Partizipation im Web 2.0, auch Mitmach-Web genannt, ist der Umgang und die Einbindung von Informationen, die von Nutzern hergestellt werden, schon ein Teil des Online-Journalismus geworden. Auf den Plattformen von Online-Zeitungen befinden sich heute Kommentarfunktionen, Foren oder, wie etwa auf *Zeit Online*, Rubriken, in denen Nutzer ihre eigenen Artikel veröffentlichen können. Die Informationen bzw. Inhalte in den Online-Zeitungen werden also zu einem Teil von den Rezipienten verfasst, wodurch die Übergänge zwischen professionellen, von Journalisten generierten Inhalten und Nutzer-Inhalten fließend werden. Zudem finden Rezipienten heute im Netz eine Vielzahl von Informationsquellen, die neben den etablierten Zeitungsportalen existieren und von all jenen zur Kommunikation genutzt werden können, die sich dazu berufen fühlen. In Blogs, sozialen Medien, über *Twitter* oder in Form von *Youtube*-Videos werden von einzelnen Nutzern spezifische Informationen verbreitet, die sich häufig an ganz bestimmte Interessensgruppen richten. Diese subjektiven Informationsquellen stehen aktuell nicht mehr nur neben den journalistischen Inhalten der Online-Zeitungen, sondern sind in diese bereits auch integriert. So finden sich bspw. auf *Spiegel Online* Blogs, Video Podcasts und andere Medienformate und Kanäle, die von den Redakteuren genutzt werden, um ihre persönliche Meinung zu Ereignissen mitzuteilen. So haben die neuen digitalen Kommunikationskanäle des Internet den Meinungsjournalismus gestärkt, so dass er zumindest im Online-Bereich wahrscheinlich präsenter ist als der informative Journalismus. Der neu erstarkte Subjektivismus in der journalistischen Berichterstattung und die Vielfalt der medialen Kommunikationskanäle für Informationen verändern die Arbeit der Journalisten, weil sie im Zweifelsfall beide Formen, die informative und die meinungsgebundene, bedienen müssen und dies zudem cross- und multimedial, also über diverse Online- und Offline-Medien hinweg. Diese veränderte Arbeitsweise schlägt sich in der Tiefe und der Qualität der journalistischen Beiträge wieder, denn es macht nicht nur einen Unterschied, ob über Ereignisse informativ berichtet oder ob diese subjektiv kommentiert werden, sondern auch, ob über eine Fotostrecke mit Bildunterschriften, im Podcast oder in einem ausführlichen Leitartikel berichtet wird. Die Erweiterung des Arbeitsgebietes des Online-Journalismus und die Erhöhung der Leistung bzw. Outputs, den Journalisten heute liefern müssen, tragen ihr Übriges zum Qualitätswandel bei.

Neben inhaltlichen und medialen Aspekten beeinflusst auch die Vielzahl von Informationen und Quellen im Internet die Bedeutung des Journalismus, dessen Angebote in Konkurrenz stehen zu Angeboten von Amateur- oder Laienjournalisten sowie Personen, die zwar über eine eigene Meinung, nicht jedoch über eine spezifische Ausbildung

verfügen. Für die Rezipienten gestaltet sich das Informationsangebot vielfältiger: Sie können sich aus beliebigen Quellen die Nachrichten aussuchen, die sie konsumieren möchten und sind nicht länger an eine bestimmte Zeitung gebunden, die sie sich morgens auf dem Weg zur Arbeit gekauft haben. Für den Journalismus bedeutet dies ein Verlust der Exklusivität bei der Herstellung von Informationen. Für die Qualität der im Netz bereitgestellten Informationen bedeutet das aus Nutzersicht eine Art Gleichmachung bzw. Verflachung, weil alle Inhalte gleichwertig nebeneinanderstehen und beliebig ausgewählt werden können, so dass mitunter gar nicht mehr von Informationen sondern nur noch von „Content“¹⁵ die Rede ist. Besonders gravierend an dieser Entwicklung ist die Konsequenz für die bisher gültige, historisch gewachsene Symbiose zwischen Journalisten und dem Medium Zeitung: Journalistische Inhalte entkoppeln sich immer mehr von ihrem Distributions- und Finanzierungsmedium, sie sind für sich allein gestellt im Netz verfügbar, während die Zeitungen große Schwierigkeiten haben, aus der Digitalisierung ökonomischen Vorteil zu ziehen.

Struktur der Arbeit

In dieser Arbeit soll untersucht werden, welche Faktoren im digitalen Zeitalter hauptsächlich Einfluss auf die Veränderungen des Journalismus haben, kurz, was es bedeutet, wenn von der Krise oder dem Wandel des Qualitätsjournalismus die Rede ist. Dafür sollen zunächst bestimmt werden, was unter Journalismus und was unter Qualitätsjournalismus verstanden wird. Dabei stehen nicht nur die Art der Informationen und ihre Aufbereitung, sondern auch die gesellschaftliche Bedeutung des Journalismus im Zentrum. Auf dieser Grundlage werden im Hauptteil der Arbeit die aktuellen Probleme des Qualitätsjournalismus durch die Digitalisierung diskutiert. Am Ende soll gefragt werden, ob diese Probleme auch als Herausforderungen verstanden werden können, die zu einem Wandel des Journalismus führen, der vielleicht sogar eine Stärkung seiner Qualität und seiner Funktion zur Folge haben kann.

¹⁵ Kramp, 2013: 38.

2 Journalismus und Qualitätsjournalismus

Ein kurzer Überblick über die aktuelle Diskussion zum Wandel des Journalismus und der Krise des Qualitätsjournalismus zeigt, dass es teilweise sehr unterschiedliche Auffassungen über den Gegenstand der Debatte existieren. Deshalb sollen in diesem Kapitel Qualitätsjournalismus und Journalismus voneinander unterschieden und so näher bestimmt werden, um für diese Arbeit tragfähige Definitionen zu erhalten. Da es bei der Frage, ob die Qualität des Journalismus durch die Digitalisierung verschwinde oder sich wandle, immer auch der soziale Aspekt einer solchen Veränderung im Vordergrund steht, wird die gesellschaftliche Bedeutung des Qualitätsjournalismus im Folgenden besonders berücksichtigt.

2.1 Auf dem Weg zu einer Definition

Ist es überhaupt möglich, genau anzugeben, was Qualitätsjournalismus ist? Oder bleibt es jedem selbst überlassen, seine Meinung von journalistischer Qualität zu bestimmen. Immerhin haben Rezipienten der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung*, der *Zeit* oder der *Süddeutschen Zeitung* ganz genaue Vorstellungen davon, warum sie ein bestimmtes Blatt oder eine bestimmte Online-Plattform lesen und die anderen nicht. In vielen Fällen mag es jedoch auch einfach nur darum gehen, dass die Berichterstattung der eigenen Meinung und den eigenen Wertvorstellungen ziemlich nahe kommt. Der einleitende Überblick (siehe Kapitel 1) über zentrale Entwicklungen im Journalismus und Zeitungswesen hat jedoch verdeutlicht, dass es zu verschiedenen Zeiten markante Unterschiede in der Berichterstattung gegeben hat, die nicht auf Geschmacksurteile der Rezipienten reduzierbar, sondern in den Eigenschaften des Metiers verankert sind.

2.1.1 Was ist Journalismus?

Um Qualitätsjournalismus zu verstehen, ist es nötig, zunächst Journalismus zu verstehen. Schließlich ist der Qualitätsjournalismus eine besondere Form des Journalismus, die daher auf bestimmten Eigenschaften desselben rekurrieren muss. Alltagssprachlich lässt sich Journalismus als eine Tätigkeit bezeichnen, die von Journalisten ausgeübt wird. Den Kern dieser Tätigkeit bilden die Selektion, Recherche, Bearbeitung und Veröffentlichung von Informationen in verschiedenen Medien, die an eine breite oder eine eingeschränkte Öffentlichkeit gerichtet sind.

Soweit eine grobe, alltagssprachliche Einordnung. Eine konkretere Definition des Journalismus liefern kommunikationswissenschaftliche Theorien, von denen es eine ganze Reihe gibt. Eines der Standardwerke zum Thema, „Journalistik“ von Meier, liefert einen

Überblick über neun unterschiedliche Theorien, wovon hier eine herausgegriffen werden soll, weil sie für den Zweck dieser Arbeit dienlich erscheint.¹⁶ Es handelt sich dabei um den systemtheoretischen Ansatz, der auf Niklas Luhmann zurückgeht. Der Grund, warum ausgerechnet diese Theorie und nicht etwa ein kulturtheoretischer Ansatz verfolgt wird, liegt in dem gesellschaftlichen Fokus begründet, der auch für die Diskussion des Qualitätsjournalismus eine Rolle spielt, und darin, dass dies „nach wie vor der wichtigste Ansatz der deutschsprachigen Journalismusforschung“¹⁷ ist.

Den Kern der Systemtheorie bildet die Differenzierung der Gesellschaft in verschiedene Teilsysteme, wie etwa Journalismus, Justiz oder Politik. Diese Systeme unterscheiden sich in Hinsicht auf ihre gesellschaftliche Funktion und arbeiten jeweils „nach ihrer eigenen Logik“.¹⁸ Diese speziellen Funktionsweisen sind ein Grund dafür, dass sich die Systeme einander „aus den Augen“¹⁹ verlieren. Denn sie besitzen nicht die nötigen Eigenschaften, um andere Systeme zu beobachten und zu verstehen. „Die besondere Funktion des Journalismus besteht deshalb in der *Selbstbeobachtung der Gesellschaft*.“²⁰ Das bedeutet, durch den Journalismus werden die einzelnen Teilsysteme über die anderen informiert, weshalb die Spezifik des Journalismus gleichzeitig eine gesellschaftliche Funktion ist, da er die Teilsysteme untereinander durch Bereitstellung von Informationen verbindet. So kann also etwa die Politik in Erfahrung bringen, was in der Justiz passiert und die Justiz, was sich in der Politik ereignet.²¹ Über diese systemverbindende Funktion hinaus, hat der Journalismus auch eine für das Interne der Teilsysteme wichtige Funktion, „indem er innerhalb dieser Teilsysteme zwischen Bürgern und Politikern, zwischen Konsumenten und Unternehmen vermittelt.“²² Diese Funktion lässt sich bis auf die Ebene der Rezipienten herunterbrechen, die genauso wie die Teilsysteme als Ganze über die Vorgänge in den Systemen informiert werden.²³ „Deshalb decken Tageszeitungen in ihren Sparten die wichtigen Bereiche der Gesellschaft ab wie Politik, Wirtschaft, Kultur, Wissenschaft, Bildung, Gesundheit und Sport.“²⁴

Laut der Systemtheorie lässt sich der Journalismus also über seine gesellschaftliche Funktion, die *Selbstbeobachtung der Gesellschaft*, definieren. Daneben werden in der

¹⁶ Vgl. Meier, 2011: 23-39.

¹⁷ Neuberger/Kapern, 2013: 26.

¹⁸ Ebd.

¹⁹ Ebd.

²⁰ Ebd.

²¹ Vgl. ebd.

²² Ebd.

²³ Vgl. ebd.

²⁴ Ebd.

Journalismusforschung weitere Kriterien genannt, die das Metier auszeichnen: Etwa, dass im Journalismus eine *Selektion* der Ereignisse, über die berichtet wird, vorgenommen wird.²⁵ Und dass diese Selektion nach dem Kriterium der *Aktualität* erfolgt, wozu nicht nur der Zeitpunkt des Ereignisses gehört, sondern auch dessen gesellschaftliche Bedeutung.²⁶ Die Auswahl von Katastrophenmeldungen vor guten Nachrichten lässt sich systemtheoretisch dadurch erklären, dass der Journalismus über Störungen im System informieren muss, wodurch er zum „Seismograf der Gesellschaft wird.“²⁷ Und schließlich gehört auch noch das auf den ersten Blick trivial anmutende Kriterium der *Vermittlung* dieser Nachrichten an die Öffentlichkeit bzw. die anderen Teilsysteme zu den Kriterien des Journalismus.²⁸

Eine besondere Stellung unter den Eigenschaften des Journalismus nimmt das sogenannte *Agenda-Setting* ein, weil es die Macht der Journalisten verdeutlicht. Agenda bezeichnet die Themensetzung, welche durch die inhaltliche und zeitliche Auswahl weniger Themen erfolgt und vorgibt, was wichtig ist und worüber die einzelnen Rezipienten informiert sein sollten.²⁹ Dadurch bestimmt der Journalismus zu einem großen Teil den öffentlichen Diskurs. Bedenkt man, dass die Menschen die Welt weitgehend mediatisiert, also durch Medien vermittelt wahrnehmen, ist es legitim zu sagen, dass der Journalismus zu einer „gemeinsamen Vorstellung von der Wirklichkeit“³⁰ beiträgt.³¹ Vor diesem Hintergrund versteht es sich von selbst, dass die journalistische Arbeit einer besonderen Verpflichtung unterliegt, die aus dieser gesellschaftlichen Rolle ergibt. Im Rahmen dieser gesellschaftlichen Verpflichtung ist die Qualität des Journalismus und der übermittelten Informationen von nicht unerheblicher Bedeutung.

2.1.2 Was ist Qualitätsjournalismus?

Auffällig an der systemtheoretischen Definition von Journalismus ist, dass die Eigenschaft der Qualität dort nicht vorkommt, obwohl man meinen könnte, sie sei aufgrund der hervorgehobenen gesellschaftlichen Rolle darin impliziert. Dies hat zwei Ursachen: Zum einen ist diese Theorie deskriptiv, also beschreibend und nicht wertend. Und die Qualität ist eine Wertung, die sich sowohl auf den Journalismus insgesamt, als auch

²⁵ Blöbaum, 1994: 267.

²⁶ Vgl. Neuberger/Kapern, 2013: 27.

²⁷ Ebd.

²⁸ Blöbaum, 1994: 267.

²⁹ Vgl. Neuberger/Kapern, 2013: 27.

³⁰ Ebd.

³¹ Zur Mediatisierung der Alltagswelt vgl. das gleichnamige Buch von Bianchini-Hartmann/Hepp, 2010.

auf die kommunizierten Informationen beziehen kann. Zum anderen ist der Diskurs um die Qualität des Journalismus noch relativ jung; er entstand in den Kommunikationswissenschaften Anfang der neunziger Jahre als ein Reflex auf die öffentliche Diskussion über die Qualität des Fernsehens durch die Zulassung privater Sender in den achtziger Jahren.³² Es ging dabei bspw. um Gewaltdarstellungen, Reality-TV, aber auch um die Boulevardisierung von informationsvermittelnden Sendungen.³³ Dieser Diskurs ist seitdem eigentlich nie ganz verschwunden, sondern hat etwa in Bezug auf die Berichterstattung im ersten Golfkrieg, aber auch im Kontext der Bilder und Videos im Kontext des syrischen Bürgerkriegs immer wieder Kritik oder euphorisch lobende Stimmen erlebt.³⁴ Ein Höhepunkt dieses Diskurses ist ohne Zweifel das Thema Digitalisierung und Qualitätsjournalismus.

Arnold beschreibt drei Ebenen, auf denen dieser Qualitäts-Diskurs stattfindet und untersucht werden kann³⁵:

1. Die Ebene des Journalismus selbst: Hier diskutieren die journalistischen Akteure, wie etwa Berufsverbände oder der Presserat, Sicherung und Kontrolle der Qualität nach „berufsethischen und professionellen Standards.“³⁶ Es geht aber auch um Qualität als Marketingmittel, welches Vorteile am Markt verschaffen kann. Aber auch die Rezipienten zählen zu den Teilnehmern dieses Diskurses, die bspw. über Leserbriefe, in Foren und natürlich über Kommentare bei Online-Zeitungen Qualität einklagen oder loben.
2. Die Ebene der öffentlichen Kommunikation: In Form des Medienjournalismus und der Medienkritik findet ein Qualitätsdiskurs statt, bei dem die Medien sich selbst untersuchen. Das Spektrum reicht hier von der Fernsehprogramminformation über die journalistische Kritik an einer journalistischen Berichterstattung bis hin zu Berichten politischer, ökonomischer oder auch personaler Veränderungen in der Medienwelt. Ein Beispiel ist der 2013 erfolgte Wechsel in der Chefredaktion des *Spiegel*, der medienweite Aufmerksamkeit erfuhr.
3. Die Ebene der Kommunikationswissenschaft und der Journalistik: In der wissenschaftlichen Reflexion werden die beiden oberen Ebenen verbunden und analysiert. Dabei bezieht sich die Kommunikationswissenschaft eher auf die

³² Zur Entstehung der Qualitätsforschung vgl. Arnold, 2009: 80-134.

³³ Vgl. ebd. 81.

³⁴ Vgl. Cooke, 2007.

³⁵ Vgl. ebd.

³⁶ In der folgenden Darstellung der drei Diskursebenen beziehe ich mich auf Arnold, 2010: 81-84.

Qualität der Medien, während sich die Journalistik i.d.R. spezifischer den Journalismus thematisiert. Themen der Journalistik sind „grundsätzliche Fragen, was Journalismusqualität bzw. Leistungen des Journalismus überhaupt sind, [...] wie bestimmte Leistungsstandards begründet und gemessen werden können, um Verfahren der Qualitätssicherung sowie in einem weiteren Schritt um die Einbindung der Qualitätsthematik in eine journalistikwissenschaftliche Theorie.“³⁷

Diese Arbeit ist der dritten Ebene zuzuordnen und fragt im Anschluss an die bereits erarbeitete systemtheoretische Theorie des Journalismus nach einer ebensolchen Beschreibung des Qualitätsjournalismus. Erst auf dieser Basis kann der aktuelle Qualitätsdiskurs nachgezeichnet werden.

Die systemtheoretische Beschreibung des Journalismus gipfelt gewissermaßen in seiner sozialen Funktion, die *Selbstbeobachtung der Gesellschaft* zu gewährleisten. Wird die Funktion des Journalismus jedoch aus der Perspektive der Qualität in den Blick genommen, muss über die reine Funktionsbeschreibung hinausgegangen und einer oder mehrere Ansprüche formuliert werden. Denn Qualität ist kein objektives Kriterium, sondern ein wertendes Urteil, welches aus der Sichtweise verschiedener Akteure immer wieder anders ausfällt.³⁸ So führt etwa die Darstellung dieser drei Ebenen, auf denen Qualität im Journalismus diskutiert wird, die Tatsache vor Augen, dass es offenbar unterschiedliche Interessensgruppen bzw. Akteure im Qualitätsdiskurs gibt, die sehr wahrscheinlich nicht dieselben Vorstellungen von Qualität haben und auch nicht dieselben Anforderungen an den Journalismus stellen.

Wie welche Anforderungen an den Journalismus historisch gewachsen sind und letztlich zu Qualitätsmerkmalen wurden, führt Arnold kurz und bündig aus, indem er auf die Zunahme der Komplexität in der Gesellschaft im Verlauf der Moderne verweist, die durch die Ausdifferenzierung in mehr und mehr Teilsysteme erfolgt ist.³⁹ Die Zunahme an Komplexität erfordert Informationen, welche die Welt überschaubar und verstehbar machen und letztlich die Handlungsfähigkeit der Subjekte garantieren. Dementsprechend formuliert Arnold: „So gesehen ist Journalismus ein Gegenmechanismus gegen Belastungen, die durch zunehmende Komplexität entstehen.“⁴⁰ Indem der Journalismus die sich weiter ausdifferenzierenden Teilsysteme und die einzelnen Akteure mit

³⁷ Arnold, 2010: 83.

³⁸ Vgl. Neuberger/Kapern, 2013: 127.

³⁹ Vgl. Arnold, 2009: 162.

⁴⁰ Ebd.

Informationen versorgt, verbindet er sie untereinander, so dass eine Orientierung im komplexer werdenden Gesamtsystem möglich wird. Diese Orientierungsleistung kann der Journalismus natürlich nur durch die Reduktion von Komplexität realisieren. Denn es ist nicht möglich und auch gar nicht sinnvoll, alle Akteure über alle systeminternen Vorgänge zu informieren. Durch Selektion und Agenda-Setting werden nur die vom Journalismus für relevant erachteten Informationen kommuniziert, wodurch die Welt überschaubar und verstehbar erscheint.

Dieser Anspruch der Orientierungsleistung lässt sich in der Realität jedoch nicht immer einlösen. Als sich bspw. die Finanzkrise im Jahr 2008 global ausweitete, bemühten sich die Medien vielfach vergeblich, den Menschen die Ursachen und die Wirkungen dieses komplexen Phänomens zu erklären. Als Ursache bzw. Sündenbock mussten als erste die USA herhalten und anstatt die Krise in ihrem globalen Ausmaß zu erfassen, lag der Fokus der Berichterstattung zunächst hauptsächlich auf der nationalen Ebene der betroffenen Länder.⁴¹ Dies führte weniger zu Orientierung, sondern eher zu Verwirrung, die sich umso mehr verstärkte, desto weiter sich die Krise hinzog. Erst nach und nach wurden die Fehler der Politik, durch zu niedrige Zinsen die amerikanische Immobilienblase herbeigeführt zu haben sowie die Fehler der Banken, Spekulationen durchgeführt und für den Ernstfall zu wenig Rücklagen gebildet zu haben, sichtbar – insbesondere als hochverschuldete Staaten durch die Rettung ihrer Banken und ihrer Wirtschaft wiederum gerettet werden mussten. Es liegt der Schluss nahe, dass die Krise der Euro-Staaten durch mangelnde Informiertheit und mangelnde Orientierungsmöglichkeiten der beteiligten Akteure entstanden ist. Mit Sicherheit hat diese Krise gezeigt, dass der Journalismus die Orientierungsleistung nicht gewährleisten kann, wenn ganze Teilsysteme (Staaten, Banken) wichtige Informationen zurückhalten.

So lässt sich vorläufig festhalten, dass es im Geflecht der Systeme einen Anspruch an den Journalismus gibt, Orientierung innerhalb zunehmender Komplexität zu erhalten. Nur der Journalismus kann diesen Anspruch einlösen, die übrigen Teilsysteme nicht, wenngleich sie Orientierung benötigen, um funktionieren zu können. Kann dieser Anspruch nicht ausreichend eingelöst werden, herrscht offenbar Desorientierung und ganze Systeme können kollabieren, wie es die Finanzkrise gezeigt hat.

Um Orientierung durch die Selbstbeobachtung der Gesellschaft gewährleisten zu können, muss der Journalismus offenbar einige Kriterien erfüllen, die es möglich machen, dass er seiner sozialen Rolle nachkommen kann. Diese Kriterien müssen bis zu einem

⁴¹ Zur Finanzkrise in den Medien vgl. Lämmle/ Peltzer/Wagenknecht, 2012.

gewissen Maß realisiert sein, um die gesellschaftliche Funktion des Journalismus nicht zu gefährden, deshalb werden sie auch „Funktionsnormen“⁴² genannt. Eigentlich handelt es sich um Beschreibungen von Eigenschaften des Journalismus, aus der Perspektive der Qualität werden es aber Forderungen bzw. Normen.

Arnold nennt folgende Funktionsnormen:⁴³

Vielfalt

Das Kriterium der Vielfalt folgt aus der Funktion des Journalismus, Orientierung zu bieten. „Vielfalt kann sich auf Themen, Argumente, Quellen oder Personen und Gruppen beziehen.“⁴⁴ Damit ist nicht gemeint, dass alle im System vorhandenen Themen vom Journalismus erfasst und wiedergegeben werden sollen, „sondern es geht primär darum, die Bereiche der Gesellschaft vielfältig darzustellen, die einen hohen Inklusionsgrad der Bevölkerung aufweisen.“⁴⁵ Damit ist eine Selektion nach Zielgruppe und Erscheinungsort gemeint, wobei bspw. international erscheinende Zeitungen oder Nachrichtensendungen bevorzugt international relevante Nachrichten verbreiten sollten. Während bspw. eine Regionalzeitung Neuigkeiten über den Bau eines neuen Gemeindehauses enthalten kann. Also ist Vielfalt mit Relevanz verbunden. Vielfalt ist darüber hinaus ein rechtliches Gebot für den Journalismus, demzufolge Individuen durch ein vielfältiges Informationsangebot zu mündigen Bürgern gemacht werden sollen und damit Demokratie und sozialer Wandel aufrecht erhalten werden kann.

Aktualität

Auch diese Norm bezieht sich auf die Funktion des Journalismus, die Selbstbeobachtung der Gesellschaft herzustellen. Die Gewährleistung dieser Beobachtungsfunktion erfolgt unter dem Gesichtspunkt der Aktualität, den nur der Journalismus leisten kann, während die anderen „Teilbereiche der Gesellschaft spezifische Zeitstrukturen herausbilden, je eine eigene Vergangenheit und Zukunft entfalten.“⁴⁶ Anders ausgedrückt, es gehört nicht zur Funktionsweise anderer Teilsysteme, stets aktuelle Informationen über andere Systeme zu sammeln, zur Funktionsweise des Journalismus gehört dies aber

⁴² Haller, 1992: 206.

⁴³ Ohne es im Einzelnen auszuweisen, beziehe ich mich bei der Beschreibung der Funktionsnormen auf Arnold, 2009: 168-180. Aber ich diskutiere und erläutere diese Normen auch anhand von Beispielen, was jeweils semantisch kenntlich gemacht wird.

⁴⁴ Arnold, 2009: 168.

⁴⁵ Ebd.

⁴⁶ Ebd. 169.

schon. Durch die Bereitstellung aktueller Informationen synchronisiert der Journalismus die gesellschaftlichen Systeme gewissermaßen. In Anlehnung an die bereits erwähnte Mediatisierung der Wirklichkeit lässt sich somit sagen, dass der Journalismus der Gesellschaft das Bild des Jetzt, also der augenblicklichen Gegenwart vermittelt. Für den Journalismus steht immer die Gegenwart, das augenblickliche Zeitgeschehen im Vordergrund, deshalb wird auch die Vergangenheit aus einem aktuellen Anlass heraus thematisiert und gedeutet. Arnold verweist des Weiteren auf die Medienspezifika des Aktualitätsgebots: „Aktuell ist für ein Medium oder ein Programm traditionell jeweils das, was zwischen zwei Ausgaben passiert. Eine Bestimmung, die jedoch auf das Internet, das ähnlich wie ein Nachrichtenticker fortlaufend aktualisiert werden kann, nicht mehr zutrifft.“⁴⁷ Gemessen wird die Aktualität an der Schnelligkeit, mit der ein Medium auf Ereignisse reagieren kann. Vor dem Hintergrund der Digitalisierung ist jedoch Arnolds Hinweis auf die Auswirkungen erhöhter Aktualität auf das Qualitätskriterium der Glaubwürdigkeit zu beachten, weil nicht immer alles überprüft werden kann, was sofort veröffentlicht wird.

Relevanz

Das Kriterium der Relevanz lässt sich ebenfalls auf die journalistische Funktion der Selbstbeobachtung der Gesellschaft zurückführen. Aufgrund der kommunikativen Reichweite des Journalismus sollte die Selbstbeobachtung für weite Teile der Gesellschaft relevant sein. Deshalb erfolgt die Selektion der Themen nach gesellschaftlicher Relevanz, was aber keine vollständige Erfassung der relevanten Themen garantieren kann, sondern weitere Selektionen wiederum nach Relevanz erfordert. Im Journalismus werden i.d.R. diejenigen Themen für relevant gehalten, die gesellschaftlich und individuell besonders bedeutsam sind. Arnold fasst zusammen: „Relevant sind demnach die gesellschaftlichen Selbstbeobachtungen, die möglichst anschlussfähig sind, möglichst viel Resonanz in psychischen und sozialen Systemen nach sich ziehen und direkte oder indirekte Betroffenheit auf individueller und gesellschaftlicher Ebene zur Folge haben.“⁴⁸ Es handelt sich bei der Relevanz um ein Kriterium, mit dessen Hilfe das Alltagsverständnis von mangelnder Qualität in den Medien, wenn etwa in den *Heute Nachrichten* im ZDF über Randereignisse im Ausland berichtet wird, leicht bestätigt werden kann. Allerdings gibt es Medien, wie bspw. die Boulevardzeitung *BILD*, die überwiegend irrelevante Nachrichten verbreitet, durch ihre Auswahl aber die Relevanz dieser Ereignisse unter ihren Rezipienten konstruiert – zumindest im Rahmen ihrer unterhaltenden Funktion.

⁴⁷ Ebd.

⁴⁸ Ebd. 172.

Glaubwürdigkeit

Glaubwürdigkeit ist im digitalen Zeitalter vor dem Hintergrund immer wieder aktualisierbarer Informationen zu einem wichtigen Kriterium geworden. Gemeint ist die Echtheit, Richtigkeit oder auch Faktizität der Ereignisse, über die berichtet wird; was den Journalismus von fiktionalen Medien, wie etwa Spielfilmen oder TV-Shows, unterscheidet. Die Faktizität der Ereignisse wird durch Recherche garantiert und ist auf Unabhängigkeit von externen Einflüssen, etwa Lobbyisten oder politischer Zensur, angewiesen. Da aber vielfach nicht recherchiert wird, sondern anderweitig kommunizierte oder veröffentlichte Informationen verbunden, eingeordnet und mit Bedeutung versehen werden, ist der Journalismus auf die Echtheit dieser Quellen angewiesen. Generell darf die Verknüpfung von Informationen nicht willkürlich geschehen, sondern muss den Fakten getreu erfolgen, sich also auf belegte oder belegbare Fakten beziehen. Glaubwürdigkeit ist für den Journalismus ein zentrales Gebot, denn sie garantiert das Vertrauen, welches der journalistischen Darstellung der Wirklichkeit entgegengebracht wird. Der Verlust dieses Vertrauens kann ein Medium seinen Ruf und seine Existenz kosten. Das, so lässt sich schließen, ist einer der Gründe für nachträgliche Richtigstellungen, wenn z.B. in den Fernsehnachrichten ein Video gezeigt und falsch interpretiert wurde. Deshalb gehen Fernsehsender mit Videomaterial aus Kriegs- oder Krisengebieten mit unbekannter Herkunft oder zweifelhafter Intention eher vorsichtig um: Sie zeigen sie zwar, weil sie der Aktualität verpflichtet sind, legen sich aber bei der Interpretation nur vorsichtig fest, wenn überhaupt.

Unabhängigkeit

Der Journalismus ist dann unabhängig, wenn er ein eigenständiges gesellschaftliches Teilsystem bildet, das seinen eigenen Gesetzen folgt.⁴⁹ Dies sollte als der Normalfall der Presse in demokratischen Systemen gelten, ist aber auch dort nur eingeschränkt der Fall. Denn die Presse ist hierzulande vielfach finanziell auf Werbeanzeigen angewiesen, was das System Journalismus zumindest in schwacher Weise an die Wirtschaft koppelt. Ist der Journalismus hingegen mit anderen Teilsystemen stärker verbunden, wie bspw. der Politik oder einer Wirtschaftsbranche, kann er „nicht mehr seine eigenen auf das Publikum bezogenen Interessen verfolgen. Ist dies der Fall, verliert das System an Glaubwürdigkeit und Vertrauen, ihm droht der Identitäts- und Funk-

⁴⁹ Die Unabhängigkeit bzw. Freiheit der Presse ist in Deutschland in Artikel 5 des Grundgesetzes geregelt. Da es sich um eine juristische Regelung und kein gesellschaftliches Qualitätskriterium handelt, ist sie der normativ-demokratieorientierten Ebene zugeordnet, die in Kapitel 2.2 Erwähnung findet.

tionsverlust.“⁵⁰ Solche starken Koppelungen gibt es in Diktaturen und anderen autoritären Regimen, wo die Unabhängigkeit des Journalismus durch die Politik eingeschränkt oder ganz ausgehebelt ist. Unter diesen Umständen kann der Journalismus nicht mehr objektiv berichten und genießt i.d.R. keine Glaubwürdigkeit innerhalb des Publikums. Deshalb ist Unabhängigkeit in der Forschung teilweise eng an Glaubwürdigkeit gekoppelt.⁵¹ Objektivität und Glaubwürdigkeit werden jedoch nicht nur durch den Einfluss anderer Systeme eingeschränkt, sondern sind auch vom Kriterium der Relevanz abhängig. Was relevant ist, kann nicht objektiv entschieden werden, es handelt sich letztlich um eine Wertsetzung. Nach Arnold kann es dabei nicht darum gehen, möglichst politisch neutral zu berichten oder einer Parteilinie zu folgen (was die Unabhängigkeit stark einschränken würde), sondern „das Publikum und seine Orientierungsbedürfnisse zum wichtigsten Relevanzmaßstab zu machen.“⁵² Insofern lässt sich schlussfolgern, dass unter Unabhängigkeit die Eigenständigkeit des Journalismus zu verstehen ist, der in der Gesellschaft möglichst anschlussfähig sein sollte, dessen kommunizierte Informationen also für möglichst viele Teilsysteme Anknüpfungspunkte bieten müssen.

Recherche

Recherche ist eine spezifische Leistung des Journalismus, welche die Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit seiner Kommunikation garantieren soll. Wenn sich der Journalismus auf externe Quellen stützt, diese einordnet und wiedergibt, kann er entweder diesen Quellen treu bleiben oder sie selbst noch einmal überprüfen. Wirklich unabhängig von anderen Interessen ist der Journalismus jedoch erst dann, wenn er seine Informationen selbst recherchiert und sich nicht auf externe Quellen verlässt, insbesondere nicht, wenn diese Quellen aus den Machtkreisen von Politik und Wirtschaft stammen. Die Kommunikation selbst recherchierter Informationen lässt den Journalismus zum unabhängigen Gegenpol von Machtinteressen anderer Systeme werden und ermöglicht damit eigentlich erst die Ausübung seiner Funktion als Orientierungs- und Selbstbeobachtungssystem. Vielfach droht der Journalismus allerdings zum Sprachrohr von PR zu werden und damit seine Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit aufs Spiel zu setzen. Diesen Überlegungen folgend, lassen sich eine Reihe von Beispielen für diese PR-Abhängigkeit leicht finden, wie bspw. die Produktvorstellungen auf *Spiegel Online*, wo stets technische Geräte, Filme und CD's, wie auch Bücher besprochen werden.

Kritik

⁵⁰ Ebd. 173.

⁵¹ Dies ist bspw. bei Pöttker, 2000 der Fall.

⁵² Vgl. Arnold, 2009: 175.

Die kritische Beurteilung und Darstellung recherchierter oder dargebotener Informationen ist eine wichtige Basis für die Unabhängigkeit des Journalismus. Kritik bedeutet, bei der Wiedergabe von Informationen einen Bezug herzustellen zu möglichen Motiven, Interessen, Ursachen und Folgen. Deshalb ist Kritik „auch immer mit Erklärung verbunden.“⁵³ Im Vordergrund der Kritik sollte wiederum die Orientierungsleistung stehen, was aber eigene wertende Urteile nicht ausschließt. Die eigene Meinung sollte jedoch ebenso herausgestellt und sichtbar gemacht werden, wie etwa die Erklärung dargestellter politischer oder anderer Motive und Interessen. Subjektive Kommentare können also durchaus einen kritischen Charakter aufweisen, besonders dann, wenn ihr Urteil begründet ist, einer klaren Argumentation folgt und dem Publikum dadurch Zusammenhänge verständlich macht, also Orientierung bietet.⁵⁴ Auf diese Weise wird Subjektivität im Journalismus kenntlich gemacht und damit letztlich Objektivität suggeriert. Dennoch bleibt ein unsichtbarer Rest von Subjektivität, der bei der Selektion und dem Agenda-Setting von Nachrichten unvermeidlich ist.

Zugänglichkeit

Der Journalismus erreicht die Anschlussfähigkeit der von ihm kommunizierten Informationen erst durch deren verständliche Darstellung. Zugänglichkeit bzw. Verständlichkeit ist deshalb eine notwendige Bedingung für die Erfüllung der Orientierungs- und Selbstbeobachtungsfunktion des Journalismus. Die Informationen müssen einerseits für das Zielpublikum eines Mediums verständlich gehalten sein, aber andererseits auch den Eigenschaften des Mediums und der medialen Form der kommunizierten Informationen folgen. In Bezug auf das Thema dieser Arbeit ist bspw. relevant, dass in einer Wochenzeitung längere und mit mehr Hintergrund versehene Artikel erscheinen können als in einer Tageszeitung oder auf einem Online-Portal. Zudem gibt es Unterschiede in Bezug auf die verständliche Gestaltung der Information, die von der Art des Kommunikationsmediums abhängig ist, wenn bspw. durch Texte kommuniziert wird anstatt durch Bilder oder durch Videos. Die Gestaltung von Online-Nachrichtenportalen stellt eigene Anforderungen an die Zugänglichkeit bzw. Verständlichkeit, denn es müssen nicht nur die einzelnen Beiträge verständlich sein, sondern das gesamte Portal muss in seiner optischen bzw. graphischen Präsentation möglichst einfach zugänglich sein. Die Herausforderung bei der Gestaltung eines zugänglichen Online-Portals liegt darin, trotz der Vielzahl der Angebote und der medialen Mischung eine schnelle Übersicht zu bieten und es den Nutzern zu ermöglichen, relevante Informationen leicht zu finden.

⁵³ Ebd. 178.

⁵⁴ Zur kritischen Funktion von Kommentaren vgl. Schatz/Schulz, 1992: 704.

2.2 Zwischenfazit: Das ist Qualitätsjournalismus

Diese Funktionsnormen folgen als Qualitätskriterien der gesellschaftlichen Funktion des Journalismus und bilden die Beschreibungsgrundlage dessen, was in dieser Arbeit unter Qualitätsjournalismus verstanden werden soll. Arnold nennt neben der gesellschaftlichen zwei weitere Ebene, auf denen Qualität im Journalismus untersucht werden kann: die normativ-demokratieorientierte und die nutzerbezogen-handlungsorientierte Ebene.⁵⁵ Beide Ebenen können innerhalb des im Folgenden darzustellenden Qualitätsdiskurses zwar eine Rolle spielen, sie wird aber eher untergeordnet sein. Denn es ist davon auszugehen, dass Internet-Nachrichtenmedien rechtliche Rahmenbedingungen einhalten, sonst würden sie regelmäßig mit dem Gesetz in Konflikt geraten. Des Weiteren ist davon auszugehen, dass diese Medien möglichst nutzerorientiert gestaltet sind bzw. stets in Bezug auf die Ansprüche der Nutzer optimiert werden. Zudem können nutzerbezogene Kriterien wie Unterhaltsamkeit zu einem Qualitätsproblem werden, wenn dieses Kriterium im Journalismus überwiegt. Dennoch ist es wichtig, darauf hinzuweisen, dass es in der Forschung teilweise ganz unterschiedliche, aber auch ähnliche Qualitätskriterien gibt, die im Diskurs sicherlich auftauchen werden. Hier wird Arnold gefolgt, weil er eine ganze Reihe anderer Ansätze abdeckt und seine Kriterien auch dem Alltagsverständnis nach sinnvoll erscheinen.⁵⁶ Insofern handelt es sich bei diesem Katalog um eine Arbeitsdefinition, die grundsätzlich nur dazu dient, den Sachverhalt des Qualitätsjournalismus sichtbar und verstehbar zu machen, um so die argumentative Basis bei der Darstellung und Bewertung des Qualitätsdiskurses zu bilden.

Somit ergibt sich als vorläufige Arbeitsgrundlage folgende Definition des Qualitätsjournalismus:

Journalismus dient der Selbstbeobachtung der Gesellschaft und ermöglicht in einem zunehmend komplexer werdenden, ausdifferenzierten sozialen Systemgefüge der Orientierung. Daraus erwächst der Anspruch an den Journalismus, diese Orientierungsleistung auch zu gewährleisten und keinen anderen Interessen zu dienen, wie z.B. PR-Zwecken. Und um diesem Anspruch gerecht zu werden, sollte der Journalismus aktuelle Informationen aus allen Teilsystemen sammeln, diese nach ihrer Relevanz selektieren und in verständlicher Form verfügbar machen. Wenn an diesen Prozess des

⁵⁵ Vgl. ebd. 185-224.

⁵⁶ Bspw. die von Neuberger/Kapern (vgl. 2013: 133-142) genannten Kriterien der Objektivität, Transparenz, Relevanz, Analyse sowie Wertung und Diskurs lassen sich nahezu vollständig dem Katalog von Arnold zuordnen.

Sammelns, Selektierens, Bearbeitens und Distribuierens der Qualitätsmaßstab angesetzt wird, der sicherstellen soll, dass die Funktion des Journalismus in für die Gesellschaft produktiver Weise umgesetzt wird, dann ergeben sich die Funktionsnormen der Vielfalt, Aktualität, Relevanz, Glaubwürdigkeit, Unabhängigkeit, Recherche, Kritik und Zugänglichkeit, die erfüllt sein sollten. Sind diese Kriterien erfüllt, kann von Qualitätsjournalismus gesprochen werden. Wobei zu beachten ist, dass diese Kriterien grundsätzlich offen sind, weil jede Interessensgruppe andere Schwerpunkte setzt oder über andere Kriterien verfügt. So lassen sich weitere Kriterien aufzählen, etwa aus normativ-demokratieorientierter Sicht die Ausgewogenheit, die Neutralität und die Achtung der Persönlichkeit. Dies sind rechtlich verankerte Anforderungen an den Journalismus, deren Einhaltung dringlich notwendig ist, um eine pluralistisch-demokratische Grundordnung aufrecht zu erhalten. Aus Sicht der Nutzer spielen dagegen Anwendbarkeit der Informationen im Alltag und Unterhaltsamkeit eine Rolle.

3 Die Digitalisierung und die Krise des Qualitätsjournalismus

Das Internet und die Digitalisierung haben ohne Zweifel gravierende Veränderungen für das Medium Zeitung und den Journalismus mit sich gebracht. Deutlich ist der Wandel des Mediums, das als Online-Nachrichtenplattform mehrere Kommunikationsmedien und verschiedene Formen des Journalismus integriert, wie etwa informativen Journalismus in den Artikeln und Meinungsjournalismus in Blogs oder Podcasts. Dieser Wandel des Zeitungsmediums bringt automatisch einige Veränderungen des Journalismus mit sich. Der Online-Journalismus muss die verschiedenen digitalen Medien der Nachrichtenplattform bedienen und dazu manchmal auch klassische Medien, wie die Printausgabe der Zeitung oder eine dazugehörige Fernsehsendung. Das Arbeitsgebiet umfasst also einen Medienmix wie bspw. *Der Spiegel*, *Spiegel Online* und *Spiegel.TV*. Die Erweiterung der medialen Bandbreite durch eine solche crossmediale journalistische Produktionsweise erhöht die Reichweite der Informationen, den Einfluss des *Spiegel* als Informationsmedium und seine finanzielle Bedeutung für Anzeigenkunden. Eine weitere Neuerung ist das Web 2.0, das sogenannte ‚Mitmach-Web‘, wo Nutzer etwa durch Kommentare untereinander oder mit den Journalisten interagieren können. Dadurch erhalten die vom Journalismus bereitgestellten Informationen quasi eine eigene Dynamik, während gleichzeitig Informationen über das Nutzerverhalten durch die Kommentare in *Facebook*, *Twitter* oder bei Artikeln an den Journalismus zurück fließen. Somit können Online-Portale leisten, was den Print-Zeitungen versagt ist: neue, junge Nutzergruppen an sich binden. Denn diese Gruppen nehmen die Welt weniger über gedruckten Text wahr, sondern eher über Bilder und Videos; als *Digital Natives*, die mit dem Internet aufgewachsen sind, erwarten sie darüber hinaus, partizipieren zu können.⁵⁷ Partizipation bedeutet für diese Generation nicht allein Kommentare zu Artikeln oder Blogs in das Netz stellen zu können, sondern den aktiven Austausch mit anderen Nutzern und natürlich auch den Journalisten.

Damit sind nur einige bekannte Wandlungen des Zeitungsmediums und des Journalismus der letzten Jahre beschrieben, aber noch nicht die Qualitätskriterien, die oben beschriebenen Funktionsnormen. Es stellt sich die Frage, ob der durch die Digitalisierung bedingte mediale Wandel Veränderungen der journalistischen Qualität mit sich bringt. Die gesellschaftliche Funktion des Journalismus ändert sich nicht dadurch, dass er online stattfindet: Er dient weiterhin der Selbstbeobachtung der Gesellschaft und es

⁵⁷ Zur Generation der Digital Natives vgl. Palfrey/Gasser, 2008.

besteht nach wie vor der Anspruch auf Orientierung. Online-Nachrichtenmedien scheinen diese Funktion zunächst besser ausfüllen und diesem Anspruch effektiver nachkommen zu können als ihre Print-Varianten, weil die Vielfalt der Nachrichtenquellen im Internet ungleich größer ist als die der Print-Zeitungen. Nahezu jedes Print-Medium verfügt über eine Online-Ausgabe, aber dazu kommen noch eine Reihe von Portalen, die ausschließlich digital verfügbar sind, wie etwa die amerikanische *Huffington Post*.

Als Online-Medium hat eine Zeitung die Möglichkeit, immer aktuell zu sein, quasi in Echtzeit Informationen bereitstellen zu können. Solche Echtzeit-Informationen werden von den Nutzern natürlich auch erwartet, woraus für den Journalismus der Anspruch entsteht, Informationen möglichst schnell verfügbar zu machen. Dabei fällt die Möglichkeit der Recherche oder der Überprüfung bzw. Verifikation der Quellen meistens weg; der Journalismus benutzt Informationen aus externen Quellen, i.d.R. von Nachrichtenagenturen, ordnet diese zu und stellt sie für den Rezipienten in einen Bedeutungszusammenhang. Die einfachste, aber auch zuverlässigste Form der Bereitstellung von Echtzeit-Informationen ist ein Newsticker, wie er bspw. auf *Spiegel Online* bei Fußballspielen, aber auch bei Großevents, wie etwa einer Produktpräsentation der Firma *Apple*, zum Einsatz kommt. Newsticker liefern journalistisch kaum aufbereitete Fakten. Eine solche Aufbereitung findet in Artikeln statt, die zwar in Hinblick auf aktuelle Ereignisse schnell angefertigt, aber auch Erläuterungen und Erklärungen liefern sowie glaubwürdig sein müssen. Letzteres kann unter Umständen zum Problem werden, insbesondere wenn die Quellen nicht überprüfbar sind, wie etwa Videos oder Bilder aus Krisengebieten, die plötzlich im Netz auftauchen, oder bspw. Pharmastudien, auf die sich andere Medien beziehen, ohne zu überprüfen, ob es sich um PR-Maßnahmen der Pharmaindustrie handelt. Der Online-Journalismus droht also zu einem *Gatekeeper* zu werden, der die Informationen nicht mehr selbst recherchiert bzw. aufgrund des Aktualitätsgebots gar nicht mehr selbst recherchieren kann, sondern nur noch verwaltet, aufbereitet und verfügbar macht. Von daher stellt sich an dieser Stelle die Frage, inwiefern die Selektion von Informationen nach dem Kriterium der Relevanz in manchen Fällen der Selektion nach Aktualität zum Opfer fällt. Auf jeden Fall lässt sich festhalten, dass die Nutzer im Überangebot von Informationen in verschiedenen Medien auf einem Online-Portal selbst festlegen müssen, was für sie relevant ist.

Zu diesem Überangebot von Informationen im Internet gehört auch die Zunahme kritischer, subjektiver journalistischer Beiträge, wofür beispielhaft die Kolumne „S.P.O.N. – Die Kolumnisten“ auf *Spiegel Online* stehen mag. Die Möglichkeiten der Kritik durch die digitale Erweiterung der Kommunikationskanäle zeigen sich auch in den Blogs einzelner Journalisten oder auf ihren Seiten bei *Facebook* und nicht zuletzt in der Kommentarfunktion, die den Nutzern Kritik ermöglicht. Die Vernetzung der Online-Nachrichtenportale mit anderen Medien, wie etwa *Facebook*, *Twitter* oder *Youtube*, ist das Resultat einer gewissen Abhängigkeit von diesem Netzwerk. Denn weil die Zeitun-

gen diese Medien nutzen müssen, um ihre Zielgruppen zu erreichen und dem Mediennutzungsinteresse heutiger Rezipienten zu entsprechen, müssen sie auch jede Veränderung dieser mit ihnen vernetzten Medien mitmachen. Das kann bedeuten, in Kauf zu nehmen, dass *Facebook* Nutzerdaten weitergibt oder dass die Zeitungsleser auf *Youtube* verschiedene Formen von Werbung erdulden müssen. Es besteht nicht nur eine Abhängigkeit der Online-Portale von dem mit ihnen verbundenen Mediennetzwerk, sondern auch von der Wirtschaft, insbesondere von den Bereichen Technologie und IT, denn diese Wirtschaftszweige zählen zu den Hauptwerbekunden. Möglicherweise schalten diese ökonomischen Bereiche gerne Werbung auf Online-Portalen, weil sie eine gewisse Affinität zwischen Internetusern und den von ihnen beworbenen Technologien vermuten. Nicht von ungefähr wird auf *Spiegel Online* in der Rubrik „Netzwelt“⁵⁸ regelmäßig über neue technische Geräte berichtet, die irgendwie mit Computern, Kommunikation und Internet zu tun haben. Davon abgesehen befinden sich Online-Nachrichtenportale natürlich in einer Abhängigkeit von ihren Nutzern, die nicht nur über Kommentare etc. an die Plattformen gebunden werden sollen, sondern auch ihre Adblocker abschalten sollen, damit die Zeitungen mit Werbung Geld verdienen. Zudem müssen Artikel den Gesetzen des Internet und den Lese- und Surfgewohnheiten der Nutzer entsprechen (Web-Usability) und deshalb möglichst kurz, einfach, aber informativ sein.⁵⁹ Aber nicht nur die Portale versuchen, die Nutzer an sich zu binden, die Online-Journalisten versuchen dies ebenfalls. Denn Online-Journalisten schaffen sich vielfach eine eigene Präsenz im Netz, meistens in Form eines Blogs, um einen Zuverdienst zu erlangen zu dem Gehalt, das sie von notorisch klammen Zeitungen bekommen. Oder Online-Portale verpflichten freie Journalisten oder Blogger, die bereits über einen relativ großen Bekanntheitsgrad verfügen, um auf dem Portal ebenfalls zu publizieren. Auf diese Weise wird der Journalismus notgedrungen unabhängig vom Zeitungsmedium. In diesem Zusammenhang ist die Rede von „Aufmerksamkeitsökonomie“, die sich anhand von „Personenmarken“ orientiert und einzelnen Personen im Internet Publikum sowie eine gute finanzielle Basis beschert – dabei geht es um sogenannte „Alpha-Blogger“ wie Sascha Lobo, der auch für *Spiegel Online* schreibt.⁶⁰

Somit lässt sich in Hinblick auf die eingangs getroffene Arbeitsdefinition des Qualitätsjournalismus sagen, dass die Digitalisierung dem Journalismus eine größere mediale Vielfalt eröffnet und hohes Maß an Aktualität ermöglicht. Aktualität ist nicht nur eine Möglichkeit, sondern das zentrale Gebot des neuen Mediums, was den Journalismus

⁵⁸ www.spiegel.de

⁵⁹ Vgl. Böning, 2006: 22.

⁶⁰ Wenzlaff, 2013: 149.

aufs Äußerste fordert, wenn nicht überfordert, und gute Recherche sowie letztlich die Glaubwürdigkeit problematisch werden lässt. Das Netz eröffnet neue Wege für die subjektive Stellungnahme und die Auseinandersetzung zwischen Journalisten und Nutzern, es bringt aber auch neue Abhängigkeiten (Stichworte: Werbung, Web-Usability) mit sich und löst möglicherweise den Journalismus von seinem Publikations- und Distributionsmedium. Somit lässt sich zusammenfassend festhalten, dass einige Funktionsnormen durch die Digitalisierung besonders betont werden (Vielfalt, Aktualität, Kritik), wodurch andere Normen eine Einschränkung erfahren (Recherche, Glaubwürdigkeit, Unabhängigkeit).

Das Bewusstsein für diese Probleme des Journalismus in der digitalen Welt des Internet ist in den letzten Jahren besonders stark gewachsen und zwar nicht nur in der Wissenschaft, sondern auch im journalistischen Bereich selbst und in der Öffentlichkeit. Dafür gibt es mehrere Ursachen:

Zunächst hat die bereits erwähnte Finanzkrise die schon länger andauernde Krise der Tageszeitungen verschärft. Seit Beginn des 21. Jahrhunderts leiden die Zeitungsverlage unter einem Rückgang der Auflagen, unter Verlusten bei den Anzeigenkunden und unter dem Problem, dass sie jüngere Lesergenerationen nicht erreichen, wie etwa die bereits erwähnten Digital Natives.⁶¹ Die Hoffnung, dass das Online-Geschäft diese Misere in ihrer Gänze beheben könnte, hat sich nicht erfüllt. Denn es existiert nach wie vor kein tragfähiges Finanzierungskonzept für Online-Nachrichtenportale. Die Verlagsbranche hat verstanden, dass sie sich grundlegend wandeln muss. Ein Prozess, der nach wie vor im Gange ist und an den permanenten Umbauten der Zeitungsportale, wie etwa *Spiegel Online* oder auch *Zeit Online* (hier geschah der letzte Umbau Mitte 2013) abgelesen werden kann.

Mit neuen Kommunikationskanälen im Internet ist eine unüberschaubare Menge von Laienautoren aktiv geworden, die auf *Facebook*, über *Twitter*, in Blogs oder bei *YouTube* kommunizieren. Der Journalismus muss sich qualitativ von diesen Laienautoren abheben, um sich in der Informationsvielfalt behaupten zu können und um sicherzustellen, dass die gesellschaftliche Orientierungsfunktion und die normative demokratiestützende Funktion überhaupt noch gewährleistet werden.⁶² Beide Funktionen können nicht von Laien erfüllt werden. Anders ausgedrückt, Qualitätsjournalismus ist aufgrund der Informationsflut notwendiger denn je, aber bedingt durch das Medium Internet und die Nutzergewohnheiten schwierig zu realisieren.

⁶¹ Vgl. Neuberger/Kapern, 2013: 126.

⁶² Vgl. Novy, 2013: 26f.

Dies ist im Kern der Hintergrund, vor dem der aktuelle Qualitätsdiskurs entstanden ist und nach wie vor geführt wird. Im Folgenden sollen die einzelnen Positionen dieses Diskurses dargestellt werden. Die Leitfrage dieser Untersuchung lautet, befindet sich der Qualitätsjournalismus in einer fatalen Krise, aus der kein Ausweg erkennbar ist, oder kann von einem Wandel gesprochen werden und was sind seine Merkmale?

3.1 Finanzierung

Der Auslöser der Krise bei den Zeitungsverlagen war der Reichweitenverlust, weil die Printmedien jüngere Generationen nicht mehr erreichten, was in einem gravierenden Absatzproblem resultierte und gekoppelt war an den Rückgang der Anzeigenkunden.⁶³ Somit war die Krise der Zeitungsverlage am Anfang des 21. Jahrhunderts in erster Linie ein Finanzierungsproblem. In der Konsequenz wurden die Redaktionen verkleinert, ganze Ressorts geschlossen und häufig Auslandskorrespondenten entlassen – statt Korrespondenten vor Ort zu haben, wurde fortan das Vertrauen in Agenturmeldungen gesetzt.⁶⁴ Diese Medienkrise ist nach wie vor nicht überwunden, stets werden Zeitungen eingestellt oder Verlagsstrukturen verändert und schlanker gestaltet. Die Online-Nachrichtenmedien sind von dieser Krise keineswegs ausgenommen, da sie vielfach von dem Verkauf und Anzeigengeschäft der Printmedien finanziell abhängig sind. Neben dem Zeitungssterben hat das Finanzierungsproblem für eine Verkleinerung der Redaktionen und niedrigere Gehälter im Journalismus besonders im Online-Bereich geführt.⁶⁵ Eine Konsequenz ist, dass die Online-Portale vermehrt auf freie Journalisten setzen, wie an Unterschriften wie ‚ein Gastkommentar von ... ‘ oder den Profilen der Autoren, die oft für verschiedene Portale und Medien schreiben, erkennbar ist.

3.1.1 Die Problemsituation

Auf die akuten Probleme, die aus dieser Situation hervorgehen, macht Michael Schröder aufmerksam, indem er den Fall des Magazins der *Süddeutschen Zeitung* anführt, wo in Heft 9/2010 in einem Artikel über Johannes B. Kerner eine Reihe eklatanter Fehler auftauchte, wie bspw. die Verortung der US-Botschaft in Hamburg statt in Berlin. Fehler, die anschließend von der Zeitung mühsam korrigiert werden mussten.⁶⁶ Schröder sieht die Ursache für solche Fehler in „sich verschlechternden Rahmen- und

⁶³ Vgl. Schröder, 2011.

⁶⁴ Vgl. ebd.

⁶⁵ Vgl. ebd.

⁶⁶ Vgl. Schröder, 2011: 9.

Arbeitsbedingungen“⁶⁷, die er auf der Grundlage einer Studie der Arbeitsgruppe um Geribert Jakob von der Hochschule Darmstadt analysiert.⁶⁸ Schröders Erkenntnisse aus dieser Studie werden im Folgenden zusammengefasst wiedergegeben, um einen Überblick über die finanziellen Probleme der Zeitungsverlage und die Konsequenzen für den Qualitätsjournalismus im Internet und im Print-Medium zu erhalten.

Nicht von ungefähr nennt Schröder als ersten Faktor für diese Krise die Verknappung der finanziellen Mittel, die zur Schrumpfung der Redaktionen und zur Kürzung der Honorare von freien Journalisten führen.⁶⁹ Als Hauptursache für diesen Schrumpfungsprozess identifiziert Schröder den Rückgang des Anzeigengeschäfts, dem die Verlage im Print-Bereich jedoch begegnen konnten, indem sie in den letzten Jahren die Umsätze aus dem Verkauf und von Abonnements erhöhen konnten.⁷⁰ Da Nutzer kaum bereit sind, für Online-Inhalte zu bezahlen, können Internet-Nachrichtenportale diese Möglichkeit nicht nutzen. Wenzlaff führt in diesem Zusammenhang die Acta-Proteste und die Bemühungen von Rundfunkanstalten und Zeitungsverlegern etc. an, in deren Zentrum das Leistungsschutzrecht, also die Sicherung geistigen Eigentums im Internet steht.⁷¹ Seiner Meinung nach hat diese Debatte zwischen Befürwortern und Gegnern von im Internet frei verfügbaren Informationen nur erreicht, dass „die Akzeptanz von fairen, innovativen und profitablen Erlösmodellen für Inhalte im Netz sinkt.“⁷²

Eine andere Maßnahme, die genutzt wurde, um dem finanziellen Dilemma zu begegnen, sind nach wie vor Streichungen von Stellen in den Redaktionen, was laut Schröder für die Manager der Verlage naheliegende Reaktionen sind, denn dort befinden sich aktuell die größten Kostenfaktoren.⁷³ Kompensiert werden die Reduktionen im Journalismus durch Zusammenlegungen von Redaktionen insbesondere von verlags-eigenen Lokal- und Regionalredaktionen oder Kooperationen mit externen Redaktionen. Korrespondenten werden über einzelne Blätter hinweg geteilt, so dass dieselben Artikel mehrfach erscheinen und Lohnkosten werden durch die Instrumente der Leiharbeit, des Outsourcing, der Neueingruppierung und die Aufkündigung von Tarifverträgen sowie den Einsatz billiger freier Journalisten gesenkt.⁷⁴ Das Verfahren, eine journalistische Arbeit gleich mehrfach zu verwerten, spielt besonders im Online-Bereich eine

⁶⁷ Ebd.

⁶⁸ Vgl. Jakob et al., 2009.

⁶⁹ Vgl. ebd.

⁷⁰ Vgl. ebd. 10.

⁷¹ Vgl. Wenzlaff, 2013: 147.

⁷² Ebd.

⁷³ Vgl. Schröder, 2011: 11.

⁷⁴ Vgl. ebd. 12.

Rolle, wo Journalisten dazu angehalten sind, sowohl für On- wie Offline-Medien zu produzieren bzw. wo einfach eine Wiederverwertung der Printartikel stattfindet.⁷⁵

Die Folgen dieser Entwicklung sind laut Schröder gravierend: Durch die Wiederverwertung journalistischer Informationen schwindet die Vielfalt für die Rezipienten. Es „werden weiße Flecken in der Informationslandschaft entstehen.“⁷⁶ Weil kein anderes Medium den funktionalen Auftrag des Journalismus kompensieren kann, ist es möglich, dass die Probleme aus dem System der Medien und des Journalismus zu gesamtgesellschaftlichen Problemen, also für Demokratie und den sozialen Zusammenhalt bedrohlich werden.⁷⁷

Die gesellschaftliche Funktion des Journalismus und das Qualitätskriterium der Vielfalt sind laut Schröder nicht die einzigen Elemente, die durch das Finanzdilemma und die damit zusammenhängenden Maßnahmen der Verlage gefährdet sind. Denn in geschrumpften, unter erhöhtem Zeitdruck arbeitenden Redaktionen bleibt auch kaum noch Zeit für ausreichende Recherche und eine angemessene Qualitätssicherung.⁷⁸ Zudem hat es im Journalismus Aufgabenverschiebungen gegeben: Weil einige Berufe etwa im Bereich der Seitenproduktion wegrationalisiert wurden, müssen Journalisten diese Aufgaben nun auch übernehmen und haben weniger Zeit für ihre eigentlichen, qualitätssichernden Kernaufgaben, wie Faktenprüfung und Gegenrecherche. Qualität leidet nach Schröder an einer Rationalisierung des Journalismus, der zunehmend von organisatorischen und technischen Aufgaben eingenommen wird.⁷⁹ Diese Aufgabenverschiebungen sind wahrscheinlich im Online-Bereich besonders gravierend, weil Journalisten dort cross- und multimedial aktiv sind, also nicht nur für die Zeitungsplattform, sondern auch für andere Online-Medien, wie bspw. *Facebook*, produzieren müssen. Auf jeden Fall machen sich in Online-Medien Fehler in den Artikeln stärker bemerkbar als bei Print-Zeitungen. Oft merkt man einzelnen Artikeln auf den ersten Blick an, dass sie unter hohem Zeitdruck geschrieben wurden.

Schröder weist darauf hin, dass es sich bei der Sammlung, Auswahl, Darstellung und Kontrolle um journalistische Routinen handelt, die sich über Jahrhundert ausgebildet und verfeinert haben.⁸⁰ Schröder gemäß haben die Online-Medien haben mit ihrem Überangebot an Informationen und dem hohen Druck durch das Gebot der Aktualität

⁷⁵ Vgl. ebd.

⁷⁶ Ebd. 12.

⁷⁷ Vgl. ebd.

⁷⁸ Vgl. ebd.

⁷⁹ Vgl. ebd.

⁸⁰ Vgl. ebd. 13.

bzw. permanenten Aktualisierung von Informationen den Stellenwert des Informations sammelns jedoch gesenkt und die Rolle des Journalisten als reinen Vermittler gestärkt.⁸¹ „Ein Journalist aber, der sich lediglich auf die Vermittlerrolle konzentriert, verliert die ihm zugeschriebene gesellschaftliche Legitimation als kritischer Beobachter der Gesellschaft.“⁸² Dies ist laut Schröder ein direktes Resultat der finanziellen Situation, des damit verbunden Zeitdrucks, aber auch einer mangelnden beruflichen Kompetenz in Bezug auf die digitalen Quellen, die Journalisten heute nutzen müssen, wie bspw. Suchmaschinen. Online-Recherchen führen seiner Meinung nach zudem zu einer „zunehmenden Selbstreferenzialität der Medien, da fast immer nur journalistische Sekundärquellen genutzt werden. Medien schreiben über Medien und meistens voneinander ab – keine gute Voraussetzung für Qualität.“⁸³

Die durch die Digitalisierung gestiegene Informationsflut betrifft auch die Selektion der Informationen, die normalerweise nach dem Kriterium der Relevanz erfolgen sollte. Faktisch erfolgt jedoch eine andere Informationsauswahl, die bestimmte Informationsschwerpunkte in der digitalen Welt berücksichtigt, so dass „Militärisch und ökonomisch mächtige Nationen, Prominente und mächtige Vertreter aus Wirtschaft, Politik und Gesellschaft [...] in den Medien überrepräsentiert“⁸⁴ sind; ebenso negative Ereignisse, wie etwa Katastrophen, während Normalität, Alltag und komplexe Ereignisse sowie langfristige Entwicklungen kaum berücksichtigt werden, stellt Schröder fest.⁸⁵ Anders ausgedrückt, es entsteht manchmal der Eindruck, dass die Medien nur auf Flutkatastrophen, Finanzkrisen und Staatsbesuche warten. Inwiefern bspw. ein Erdbeben in Chile für den Alltag der Menschen in Deutschland relevant ist, bleibt offen. Neben der Konzentration auf solche Ereignisse kritisiert Schröder, dass aufgrund der Informationsflut und des Aktualitätsdrucks keine hinreichende Kontrolle der dargestellten Informationen stattfindet und zudem der Einfluss der PR auf journalistische Beiträge, die „immer häufiger als Umfeld für Werbekunden betrachtet“⁸⁶ werden, steigt.

Schröder sieht als Folgen der Digitalisierung die Probleme der „Erhaltung unabhängiger Berichterstattung bei Gefährdung durch subtile Einschränkungen der Berichterstattungsfreiheit, der Erhaltung der Güter journalistischer Arbeitsergebnisse bei Gefährdung durch Verknappung essenziell notwendiger Ressourcen sowie der Erhal-

⁸¹ Vgl. ebd.

⁸² Ebd.

⁸³ Ebd. 13f.

⁸⁴ Ebd. 15.

⁸⁵ Vgl. ebd.

⁸⁶ Vgl. ebd. 21.

tung der gesellschaftlichen Funktion des Journalismus, der durch ein unsicheres Geschäftsmodell, interne wie externe Einflussversuche und ein verändertes Rezipientenverhalten insbesondere in der jüngeren Generation gefährdet ist.“⁸⁷ Schröders Argumentation gipfelt in der Sorge, dass das Verschwinden des Qualitätsjournalismus den sozialen Zusammenhalt und die demokratische Grundordnung in Not bringt.

Das Problem der Finanzierung journalistischer Inhalte, die aufgrund der gesteigerten Vielfalt und des veränderten Nutzerverhaltens im Internet an ökonomischen Wert verlieren, ist eine Tatsache, die nicht bezweifelt werden kann und etwa auch von Wenzlaff anerkannt wird.⁸⁸ Es stellt sich jedoch die Frage nach den Konsequenzen für den Journalismus, die nicht durchweg so negativ gesehen werden wie von Schröder. So sieht Wenzlaff im Internet neue Möglichkeiten für den Qualitätsjournalismus, der sich seiner Meinung nach innerhalb der gesteigerten Vielfalt journalistischer Inhalte ebenfalls etablieren kann und nicht mehr auf die „Vermittlertätigkeit der Verleger und Sender“⁸⁹ angewiesen ist. Wie ein solcher, von den Verlagen und möglicherweise auch von einzelnen Publikationsplattformen entkoppelter, qualitativ hochwertiger Journalismus bezahlt werden soll, bleibt weiter unklar.

3.1.2 Problemlösungen

Trotzdem gibt es Stimmen, die Chancen für den Journalismus und Möglichkeiten seiner Finanzierung sehen – auch im Internet. In diesem Zusammenhang tritt der Journalist Reinhard Christl besonders wortmächtig auf. Seiner Meinung nach redet der Journalismus, wie keine andere Branche, seit Jahren seinen eigenen Untergang herbei, was ihn unfähig mache, nach Lösungen aus dem Dilemma zu suchen.⁹⁰ Auch der Chefredakteur der *Süddeutschen Zeitung*, Heribert Prantl, ist der Überzeugung: „Die große Gefahr für den Journalismus hierzulande geht vom Journalismus, von den Medien selbst aus – von einem Journalismus, der den Journalismus verachtet; von Verlegern und Eigentümern, die ihn wegen echter oder vermeintlicher Sparzwänge kaputt machen; von Medienunternehmen, die den Journalismus auf den Altar des Anzeigen- und Werbemarkts legen.“⁹¹ Prantl nennt eine Reihe von Problemen, die Schröder oben ebenfalls anführt, legt aber einen Schwerpunkt auf verdeckte PR und die Käuflichkeit

⁸⁷ Ebd. 20.

⁸⁸ Vgl. Schröder, 2011: 20.

⁸⁹ Wenzlaff, 2013: 148.

⁹⁰ Vgl. Christl, 2012: 15-19.

⁹¹ Prantl, 2012: 30.

von Artikeln durch Anzeigenkunden sowie die Verletzung qualitätserhaltender journalistischer Grundregeln als Folge des Finanzierungsdrucks.⁹²

Prantl ist der Überzeugung, dass sich die Zeitung in allen Medien verändern wird, wobei die Qualität journalistischer Inhalte erhalten bleiben muss. Denn seiner Meinung nach sind Rezipienten nur für hochwertige Artikel bereit zu bezahlen, weder für „Billigjournalismus“, noch für „Anzeigenblätter“.⁹³ Bei der Finanzierung spielen Online-Zeitungen für Prantl eine zentrale Rolle, weil sie als „Appetizer“⁹⁴ für die Printausgabe fungieren können. Was aber nur dann möglich sei, wenn auch die Online-Inhalte eine hohe Qualität aufweisen würden. Dabei müsse jedes Medium seine Stärken geltend machen, was etwa im Online-Bereich die schnelle Reaktionsfähigkeit, im Printmedium bspw. mehr Tiefe sei.⁹⁵ Zudem glaubt er, dass die im Internet vorhandenen alternativen Informationsquellen von Bloggern u.ä. den Journalismus stärken würden, weil eben nur Journalisten qualitativ hochwertige Informationen bereitstellen können und Blogger eben nicht.⁹⁶ Somit lässt sich Prantl als jemand kommentieren, der Optimismus für die Branche verbreitet, indem er die benannten Probleme als Möglichkeiten sieht, den auch von ihm konstatierten Niedergang des Qualitätsjournalismus zu überwinden. Konkrete Finanzierungsmodelle entwickelt er jedoch nicht.

Reinhard Christl führt dagegen einen Katalog auf, der gleich mehrere Punkte zum Thema Finanzierung enthält. Zuerst macht er darauf aufmerksam, dass die Auswirkungen der Finanzkrise auf europäische Verlagshäuser übertrieben dargestellt wurden. Viele Verlage würden mit dem klassischen Geschäft von Anzeigen und Zeitungsverkauf nach wie vor Gewinne machen, aber die Verlagsmanager hätten ein Interesse, die Krise als Vorwand zu nutzen, um Mitarbeiter abzubauen und Gehälter zu kürzen.⁹⁷ Etliche Verlage haben jedoch auch ihr Geschäftsmodell um eine ganze Reihe von Feldern erweitert. Christl führt die *Zeit* an, die ungefähr dreißig Prozent ihres Umsatzes aus neuen Geschäftsfeldern erwirtschaftet, wie dem Verkauf von „Reisen, Büchern, DVDs und Wein.“⁹⁸ Durch den Ausbau der Geschäftsfelder lassen sich natürlich auch die Online-Versionen solcher Zeitungen finanzieren, zudem dürfte das Internet eine wichtige Rolle beim Verkauf solcher Artikel spielen. Trotzdem reicht dies vielen Verlegern nach Christls Kenntnis nicht, sie wollen noch höhere Renditen, die sich mit Quali-

⁹² Vgl. ebd. 31.

⁹³ Vgl. ebd. 45.

⁹⁴ Ebd.

⁹⁵ Vgl. ebd. 46.

⁹⁶ Vgl. ebd.

⁹⁷ Vgl. Christl, 2012: 23.

⁹⁸ Ebd.

tätsjournalismus wohl aufgrund der relativ kleinen Zielgruppe nur in Ausnahmefällen erzielen lassen.⁹⁹ Eine dieser Ausnahmen stellt das Medienunternehmen *Bloomberg* aus den USA dar, das neben dem TV-Sender vor allem aus einem weltweiten Netzwerk von Nachrichtenterminals und einer Reihe von Websites besteht, über die auf spezialisierte, qualitativ äußerst hochwertige und zum Teil exklusive Nachrichten aus dem Wirtschafts-, Finanz- und Politikbereich zugegriffen werden kann.¹⁰⁰ Es ist also tatsächlich Qualität, für die Rezipienten bzw. Kunden bereit sind zu zahlen – auch im Fall der *New York Times*, die notgedrungen ihre Verkaufspreise erhöht, aber keine Rezipienten verloren hat.¹⁰¹ Folglich fordert Christl, den Trend bei den Verlagsmanagern, höhere Renditen durch Verkleinerungen der Redaktionen zu erreichen, zu stoppen.¹⁰² In dieser Hinsicht treffen sich Christl und Prantl, wobei ersterer konkrete Beispiele für die Finanzierung des Qualitätsjournalismus bietet, die auf der Erschließung neuer Geschäftsfelder basieren und nicht zuletzt auf dem Internet, wie das Beispiel des Milliardenkonzerns *Bloomberg* eindringlich zeigt.

Als weitere Finanzierungsquelle für Qualitätsjournalismus führt Christl private Mäzene und vor allem Stiftungen an.¹⁰³ Förderungen von privater Seite haben sich in den USA seit langen Jahren etabliert, weil sich dort die Printmedien durch die Finanzkrise und fehlende tragfähige Finanzierungsmodelle schon länger in einer wesentlich gravieren-deren Krise befinden als in Europa, aber gleichzeitig etliche wohlhabende Menschen und Organisationen an dem Erhalt guten Journalismus interessiert sind. Über die Übertragbarkeit des Mäzenatenmodells der USA auf Europa wird unter Experten intensiv diskutiert: Auch Knut Bergmann und Leonard Novy untersuchen die Übertragungsmöglichkeiten „philanthropischer Finanzierungsmodelle“¹⁰⁴ auf Deutschland. Bezeichnenderweise beziehen sich die beiden Autoren zum Teil auf die dieselben Beispiele aus den USA wie Christl, bspw. auf die Online-Plattform *ProPublica*.¹⁰⁵ Diese Plattform wurde von der Sandler Foundation gegründet und wird nun zusätzlich durch die Knight Foundation und andere Stiftungen getragen. Die Redaktion besteht aus 30 festangestellten Journalisten, die qualitativ hochwertige, zum Teil auch investigative Artikel erstellen und damit nicht nur die eigene Website füllen, sondern auch andere Zeitungen, wie bspw. die *New York Times* oder die *Washington Post*, kostenlos beliefern.¹⁰⁶

⁹⁹ Vgl. ebd. 24.

¹⁰⁰ Vgl. ebd. 25.

¹⁰¹ Vgl. ebd. 26.

¹⁰² Vgl. ebd. 27.

¹⁰³ Vgl. ebd. 31.

¹⁰⁴ Bergmann/Novy, 2013: 201-213.

¹⁰⁵ Vgl. Ebd. 203 sowie Christl, 2012: 32.

¹⁰⁶ Vgl. Bergmann/Novy, 2013: 203.

ProPublica schafft also ausschließlich einen journalistischen Mehrwert, aber keinen finanziellen Gewinn und wäre daher ohne die Stiftungsfinanzierung nicht überlebensfähig.

Nach Christls Kenntnis gibt es in Deutschland und in dem von ihm schwerpunktmäßig untersuchten Österreich keine vergleichbaren Projekte, obwohl genug Geld und „Stifter und Gönner“¹⁰⁷ vorhanden wären. Die vorhandenen Mäzene würden jedoch ihr Geld lieber in Fußballclubs investieren und Kunst- und Museumsprojekte seien auch sehr beliebt.¹⁰⁸ Neben diesen Investitionen in Bereiche, mit nach Christls Meinung nicht unumstrittenem gesellschaftlichem Mehrwert, vermutet er, dass so manche wohlhabende und mächtige Person nicht an investigativem Journalismus interessiert ist, weil dieser den einen oder anderen Skandal im Lande aufdecken könnte.¹⁰⁹ Und schließlich begegnet er dem Argument, privat geförderter Journalismus könnte seine Unabhängigkeit verlieren, mit der Überlegung, dass mäzenatisch finanzierte Zeitungen in größerer Anzahl ein System gegenseitiger Beobachtung und Kontrolle etablieren würden.¹¹⁰ Aber während Christl lediglich auf eine Studie verweist, der gemäß es in den USA und in Europa durchaus vergleichbare Arbeits- und Finanzierungsbedingungen für Stiftungen gäbe, um guten Journalismus zu fördern¹¹¹, nennen Bergmann und Novy einige Beispiele aus Deutschland, wo dies schon etwas länger der Fall ist: So wird bspw. die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* von der FAZIT-Stiftung getragen, während die *taz* über eine Genossenschaft organisiert ist und kleinere lokale Zeitungen, wie die *Regensburg Digital*, von Vereinen finanziert werden.¹¹² Es handelt sich laut den Autoren dabei um wenig bekannte und kaum verbreitete Ausnahmefälle, denn die Förderung des Journalismus steht auf beinahe keiner Stiftungs-Agenda in Deutschland.¹¹³ Ein merkwürdiger Sachverhalt, denn die meisten Stiftungen führen die Förderung der Demokratie in ihren Statuten an und, wie die Autoren ganz richtig argumentieren, die Unterstützung der „Vierten Gewalt“ wäre ein essenzieller Beitrag zur Aufrechterhaltung der Demokratie.¹¹⁴ Dieser Sachverhalt wirft die Frage auf, ob die Journalisten selber mehr dazu beitragen müssten, ihre Rolle bzw. Funktion in der demokratischen Gesellschaft zu kommunizieren. Wie ist es anders zu erklären, dass in Deutschland eine große Anzahl an Preisen für Journalisten und Medien vergeben wird, es aber an einer Unterstützung für den

¹⁰⁷ Christl, 2012: 35.

¹⁰⁸ Vgl. ebd.

¹⁰⁹ Vgl. ebd. 36.

¹¹⁰ Vgl. ebd. 37.

¹¹¹ Vgl. ebd.

¹¹² Vgl. Bergmann/Novy, 2013: 203.

¹¹³ Vgl. ebd. 204.

¹¹⁴ Vgl. ebd. 204.

Journalismus selbst vielfach mangelt.¹¹⁵ Schließlich müsste es eine breitere Förderung für den Journalismus geben, der Stiftungssektor allein ist nicht finanzstark genug, wie Bergmann und Novy feststellen.¹¹⁶ Daher schlagen sie vor zusätzlich 0,5 Prozent von den öffentlich-rechtlichen Gebühren in die Förderung journalistischer Projekte zu investieren. Gleichzeitig sehen sie das Problem der Freiheit des Journalismus bei privater Förderung als gravierender an als Christl, weil Stiftungen in Deutschland sehr intransparent organisiert seien.¹¹⁷ Hier müsste also der Gesetzgeber für mehr Transparenz sorgen. Zudem wären Kooperationen verschiedener Mäzenaten als Finanziere einzelner journalistischer Projekte dazu geeignet, die Durchsetzung einzelner Interessen zu verhindern.¹¹⁸

Es deutlich geworden, dass das in den USA erfolgreiche System der Finanzierung des Journalismus durch Mäzenaten und Stiftungen auf Europa und insbesondere auf Deutschland übertragbar ist, wo es ebenfalls eine Stiftungslandschaft mit vergleichbaren Rahmenbedingungen gibt. Dieser Meinung schließt sich auch Stephan Weichert an, der wie die oben genannten Autoren auch vom Standpunkt der gesellschaftlichen Funktion des Journalismus in einer demokratischen Gesellschaft argumentiert.¹¹⁹ Neben dem Stiftungsmodell nennt Weichert jedoch noch eine ganze Reihe anderer Möglichkeiten, um Journalismus zu finanzieren, die unter Umständen kombiniert werden können¹²⁰:

1. Crowdfunding: Im Prinzip werden die Rezipienten bzw. Nutzer zu Finanziers, die allerdings keine ganze Zeitung subventionieren, sondern für einzelne journalistische Artikel bzw. Produkte bezahlen. In den USA setzt die Plattform *Spot.U*s dieses Prinzip erfolgreich um – die Nutzer können Reporter quasi mieten, um für sie interessante, meist lokale Themen zu recherchieren und zu bearbeiten. Das damit verbundene Problem nennt Weichert nicht, denn die Selektion der Themen sollten die Journalisten selbst vornehmen, das gehört zu ihren zentralen Qualifikationen. Wer weiß, was alles auf der Agenda stehen wird, wenn eine zahlenmäßig begrenzte Interessensgemeinschaft von Nutzern

¹¹⁵ Ein guter Überblick über die Vielzahl an Journalistenpreisen findet sich z.B. unter der Website www.journalistenpreise.de.

¹¹⁶ Vgl. ebd. 207.

¹¹⁷ Vgl. ebd.

¹¹⁸ Vgl. ebd. 209.

¹¹⁹ Vgl. Weichert, 2013: 216.

¹²⁰ Im Folgenden zitiere ich Weichert, 2013: 223-226. Ich werde aus Gründen der Sparsamkeit nicht jede Stelle einzeln belegen. Weicherts Argumente werden von mir kommentiert, erläutert und mit Beispielen versehen, was jeweils semantisch kenntlich gemacht wird.

die Agenda setzen kann und von welcher gesellschaftlichen Relevanz diese Themen sind?

2. Öffentliche Gebühren: Aus den öffentlich-rechtlichen Gebühren soll eine Stiftung für Qualitätsjournalismus finanziert werden, wo sich Journalisten und andere Informationssender (Redaktionen, aber auch Blogger) um eine Förderung für Recherchen oder auch Auslandsaufenthalte bewerben können. Dieses Projekt wäre erfolgsversprechend, weil es unter anderem die journalistische Vielfalt durch Förderung einzelner Akteure stärken könnte. Es scheint sich aber bisher nur um ein Element des Expertendiskurses zu handeln, das bisher nicht als Punkt einer politischen Agenda an die Öffentlichkeit kommuniziert wurde.
3. Kultur-Flatrate: Diese Idee wird bereits länger diskutiert und könnte ebenfalls erfolgsversprechend sein, vorausgesetzt, deutsche Nutzer wären bereit, für ihren Internetzugang etwas mehr auszugeben. Durch Zusatzgebühren, welche die Provider erheben, soll das digitale Kopieren von Inhalten bei den Urhebern finanziell abgeglichen werden. Dieses Konzept könnte natürlich auf journalistische Inhalte erweitert werden, wobei dann Google die Urheber der journalistischen Artikel, die durch die Suchmaschine verlinkt werden, durch prozentuale Beteiligung an den Werbeeinnahmen entschädigen müsste. Bisher gab es keine Einigung mit Google in dieser Sache.
4. Öffentliche Einrichtungen: Vernetzte öffentliche Bildungseinrichtungen, Vereine und Institute sollen stärker bezuschusst werden, um die journalistische Ausbildung zu verbessern, Förderprogramme auf den Weg zu bringen oder auch Stipendien zu vergeben. Bspw. Hochschulen sollen stärker an Redaktionen gekoppelt werden, um den digitalen Medienwandel gemeinsam optimal zu bewältigen, Qualitätsjournalismus durch Ausbildung und Programme zu sichern und andere Synergie-Effekte zu erreichen. Weichert hält es sogar für möglich, Redaktionen im Rahmen ihrer gesellschaftlichen Funktion selbst den Status einer Bildungseinrichtung zuzuerkennen, so dass sie Steuerfreiheit genießen würden. Eine politisch wohl ziemlich abwegige Forderung. Insgesamt erscheint dieser Punkt eher vage was Maßnahmen und Wirkungen anbetrifft.

Es ist somit zweierlei deutlich geworden, die Finanzierungsproblematik ist sowohl Auslöser der Krise als auch eines der nach wie vor größten Probleme des Journalismus. Sie betrifft den Journalismus im Ganzen, aber besonders den Online-Journalismus, weil dieser nach wie vor Schwierigkeiten hat, sich selbst zu finanzieren und in vielen Fällen von dem Erlös der Print-Medien profitiert. Wie facettenreich die Folgen dieser Problematik für den Erhalt des Qualitätsjournalismus und damit in letzter Konsequenz für die gesellschaftliche Funktion des Journalismus im Rahmen einer demokratischen

Grundordnung sind, hat Schröder gezeigt. Es gibt jedoch durchaus Vorschläge zur Sicherstellung der Finanzierung des Journalismus insgesamt und des Qualitätsjournalismus im Besonderen. Prantl sieht die Lösung gewissermaßen im Status-Quo bereits verankert. Er appelliert im Grunde nur an die Journalisten, wieder vermehrt auf Qualität zu setzen, dann hätten sie keine Probleme, ihre Inhalte zu verkaufen. Konkrete Finanzierungsmodelle entwerfen dagegen Christl, Bergmann und Novy sowie Weichert. Es erscheint besonders erfolgversprechend, einige dieser Konzepte, die sich bereits bewährt haben, zu kombinieren. Da wäre zunächst das Konzept der Erweiterung der Geschäftsfelder der Zeitungen, die ihren Online-Auftritt vermehrt nutzen könnten, um Print-Magazine, DVDs mit journalistischem Inhalt und weitere Produkte zu vertreiben. Es wäre bspw. möglich, dass auf den Online-Plattformen in dieser Hinsicht Werbung in eigener Sache gemacht wird. So bietet *Spiegel Online* bspw. die Erwerbsmöglichkeit von diversen *Spiegel-Magazinen* sowie der Print-Ausgabe an und bewirbt beide Produktsorten auf der Internetplattform. Wenn nun noch in Deutschland eine ähnliche Stiftungs- und Mäzenenkultur etabliert werden könnte wie in den USA sowie ein Teil der staatlichen Rundfunkgebühren in die Förderung des Journalismus flösse, gäbe es mit Sicherheit kaum noch ein Finanzierungsproblem. Bei einer solchen fiktiven Ausgangslage müsste aber nochmal Prantls Forderung bedacht werden, Journalisten sollten sich nicht mit anderen Dingen, wie etwa der Finanzierung, beschäftigen, sondern der Journalismus muss auch selbst für den Erhalt der Qualität sorgen.

3.2 Das Internet und die Digitalisierung des Journalismus

Das Problem der Finanzierung betrifft den Journalismus im Ganzen und hat maßgeblich zur Krise des Qualitätsjournalismus beitragen. Daher kann die durch die Finanzkrise verschärfte Frage der Finanzierung als entscheidender Faktor betrachtet werden, der die aktuelle Diskussion über Möglichkeiten der Rettung des Qualitätsjournalismus ausgelöst hat. Es ist aber nicht der einzige Faktor – mindestens ebenso wichtig ist das Medium Internet und die dortigen veränderten Bedingungen des Journalismus. Insofern wird diskutiert, ist Qualitätsjournalismus im Internet möglich? Wie das vorherige Kapitel gezeigt hat, sind beide Faktoren in der Diskussion häufig verknüpft. Von daher wird es auch in diesem Kapitel nicht zu vermeiden sein, neben der Digitalisierung auch ökonomische Fragen zu erörtern. Trotzdem besteht der Anspruch, die beiden Bereiche in ihrer Eigenart möglichst auseinanderzuhalten. Innerhalb des Diskurses über das Internet und den Journalismus können erneut pessimistische Stimmen, die im neuen Medium nichts anderes als Probleme erkennen wollen, und eher optimistische Stimmen, die im neuen Medium neue Möglichkeiten für den Qualitätsjournalismus sehen, unterschieden werden. Von daher wird auch dieses Kapitel, wie das vorherige, nach beiden Diskurspositionen untergliedert.

3.2.1 Das Internet als Problem für den Qualitätsjournalismus

Bemerkenswert an der Debatte über Internet und Journalismus ist, dass die Kritiker bereits als Ausgangspunkt ihrer Argumentation die ihrer Meinung nach verheerende Wirkung des neuen Mediums für die Qualität des Journalismus unterstreichen. So verweist Robert McChesney zunächst auf die gesellschaftliche Funktion des Journalismus und seine Rolle für den Erhalt der Demokratie, die er sogar genauer bestimmt, um sich anschließend Punkt für Punkt daran abzuarbeiten:

„What exactly does a democratic journalism entail? I believe it must provide a rigorous accounting of people who are in power and people who wish to be in power, in both the government and corporate sectors. It must have a plausible method to separate truth from lies, or at least prevent liars from getting away scot-free. And it must provide a wide range of informed opinions on the most important issues of our times; not only the issues of the day, but the major issues that loom on the horizon. These issues cannot be determined primarily by what people in power are talking about. Journalism must provide our early warning system. [...] Indeed, the measure of free press is how well a system meets these criteria. Understood in this manner, journalism requires resources, institutions, legal protection and people who work at it full time to be successful.“¹²¹

Im Großen und Ganzen werden viele Menschen dieser näheren Bestimmung der Aufgaben des Journalismus zustimmen können, wäre da nicht ein gewisser paranoider Unterton herauszulesen, da McChesney offenbar von einer Situation ausgeht, in der Personen in Machtpositionen entweder Einfluss auf den Journalismus zu nehmen versuchen oder auf Nachfragen permanent mit Lügen antworten. Folglich definiert er in einer gesteigerten kritischen Tonlage die aktuelle Krise des Journalismus:

„The corruption of journalism, the decline of investigative reporting, the degeneration of political reporting and international journalism, the absurd horserace coverage of campaigns, the collapse of local journalism, the increasing prevalence of celebrity and scandal are now roundly acknowledged by all but the owners of large media firms and their hired guns.“¹²²

Für diese ‚Apokalypse des Journalismus‘ macht er an erster Stelle das Internet verantwortlich. Das neue Medium habe eine Konkurrenz zu den traditionellen, auf das Anzeigengeschäft angewiesenen Print-Medien geschaffen, die zu einem Verlust der

¹²¹ McChesney, 2011: 53f.

¹²² Ebd.

Werbekunden geführt habe.¹²³ Zudem würden die Online-Plattformen den Print-Medien Ressourcen entziehen.¹²⁴ Der dadurch ausgelöste Niedergang der Print-Medien betreffe aber auch den Journalismus im Internet, der durch seine finanzielle Abhängigkeit nun selbst in der Bredouille sei und seine Plattformen und seine Inhalte mehr und mehr mit Werbung besetzen müsse.¹²⁵ Diese von McChesney beschriebene Situation trifft insbesondere für den amerikanischen Zeitungsmarkt zu. Die Print-Verlage waren keine Konkurrenz gewohnt, sie brauchten keine Werbekunden akquirieren, die riefen von selbst an – mit der Konkurrenz-Situation zum Internet waren sie zunächst schlichtweg überfordert.¹²⁶ Es wurde aber im vorherigen Kapitel gezeigt, dass sich in den USA relativ schnell neue Finanzierungsmodelle entwickelt haben, welche die Situation entschärft und die USA in dieser Hinsicht zum Modell für Europa erhoben haben. Dem Argument des Entzugs von Ressourcen muss allerdings zugestimmt werden, denn die Verkleinerung oder Zusammenlegung von Redaktionen ist eine Tatsache, ebenso dass Journalisten i.d.R. crossmedial, also für Internet und Print sowie für weitere Medien produzieren müssen. Obwohl es bei einer Reihe von Verlagen eigene Online-Redaktionen gibt, hat die Größe von Redaktionen insgesamt abgenommen, wie Schröder gezeigt hat (siehe Kapitel 3.1.1.).

Es sind aber nicht allein die Reduktionsmaßnahmen in den Redaktionen, die McChesney zu recht beklagt, auch sein Argument, dass insbesondere im Online-Bereich, aber auch offline die Recherche und Überprüfung von Informationen aus offiziellen Quellen oder von Unternehmensseite beinahe ganz weggefallen ist, kann er überzeugend am Beispiel der US Invasion in den Irak im Jahre 2003 belegen.¹²⁷ Er weist darauf hin, dass die Medien in den Jahren 2002 und 2003 jeder Verlautbarung von Seiten der alliierten Regierungen blind vertrauten und damit nicht nur ihrer gesellschaftlichen Funktion nicht nachkamen, sondern Anteil daran hatten, dass dieser Krieg überhaupt stattfinden konnte.¹²⁸ Um so etwas zu verhindern, plädiert er für neue, funktionierende Strukturen und Institutionen, die den Qualitätsjournalismus wiederherstellen - Strukturen, die es seiner Meinung nach im Internet aber nicht gibt.¹²⁹ Dabei wendet er sich betont gegen die Verteidiger des Internet, die glauben, die Vielfalt der dort vorhandenen Medien und die Möglichkeiten der Partizipation und Publikation durch die Nutzer

¹²³ Vgl. ebd. 55.

¹²⁴ Vgl. ebd.

¹²⁵ Vgl. ebd.

¹²⁶ Vgl. ebd.

¹²⁷ Vgl. ebd. 57.

¹²⁸ Vgl. ebd.

¹²⁹ Vgl. ebd. 61.

hätten das alte System von „Corporate Media“ geöffnet, wo Eigentümer, Verlage und große Firmen als Anteilseigner Einfluss auf die Inhalte und deren politische Ausrichtung nehmen konnten.¹³⁰ Den Glauben, die neuen Technologien würden alte Schranken aufbrechen, so wie etwa Blogs eine Form demokratischer Teilhabe seien und die Kommerzialisierung der Medien überwinden würden, hält er für irreführend: Das Internet sei nicht wirklich frei und offen, sondern unterliege der Kontrolle durch die Netzbetreiber und die Behörden, deshalb sei Zensur weiterhin an der Tagesordnung, wie das Beispiel China zeige.¹³¹

Dies ist ein nicht ganz von der Hand zu weisender Punkt, der nach bisheriger Auffassung jedoch eher für totalitäre Staaten und nicht für die westliche Welt gelten soll. Allerdings haben einige Online-Medien, wie etwa das soziale Netzwerk *Facebook* eigene Richtlinien, nach denen sie Nutzer sperren oder löschen können, wenn diese dagegen verstoßen. Viele Online-Medien werden auch auf staatlichen oder gerichtlichen Druck hin gegen einzelne Beiträge oder Nutzer aktiv. Vor dem Hintergrund der jüngst durch den ‚Whistleblower‘ Edward Snowden bekanntgeworden globalen Überwachung von Internetaktivitäten im Rahmen des US-Programms „Prism“ und des britischen Programms „Tempora“ verleiht McChesneys Hinweis, dass das Internet der Bespitzelung der Bürger und des Journalismus Tür und Tor öffne, einige Brisanz.¹³² Und auch dem Argument kann zugestimmt werden, dass die Personalisierung der Informationen, die Personen bekommen möchten und mit anderen teilen, etwa in sozialen Netzwerken, einerseits die Anzahl der Informationen verringert, die ein Nutzer erhält, und andererseits den gesellschaftlichen Raum verkleinert, in dem Informationen ausgetauscht werden.¹³³

Viele Argumente McChesneys sind sehr allgemein und betreffen das Internet als solches, einige eher die Nutzer als die Journalisten. Deshalb bleibt es fraglich, ob diese kritische Bestandsaufnahme über das Medium Internet den Qualitätsjournalismus in allen Punkten berührt. Somit kann das Fazit McChesneys nicht überzeugen, dass letztlich wieder die öffentlichen Medien ihre gesellschaftliche Aufgabe stärker wahrnehmen müssen, weil der Journalismus dies aufgrund des Internets nicht mehr könne.¹³⁴

¹³⁰ Vgl. ebd. 61.

¹³¹ Vgl. ebd.

¹³² Vgl. ebd. sowie Spiegel Online, 25.06.2013.

¹³³ Vgl. ebd. 66.

¹³⁴ Vgl. ebd.

Eine ebenfalls umfassende Kritik am Internet als journalistischem Medium formuliert der Journalist Volker Lilienthal. Sein Ausgangspunkt ist nicht die gesellschaftliche Funktion des Journalismus, sondern direkt der Qualitätsverlust von Online-Artikeln, wo „Fakten oft nicht zählen und Orthografie oder Interpunktion Fremdwörter sind“ und zudem Werbung viele journalistische Webseiten dominiere.¹³⁵ Lilienthal gibt einen straffen Überblick über die wesentlichen Problemfelder für den Online-Journalismus, der im Folgenden zusammengefasst wiedergegeben und überprüft werden soll:¹³⁶

1. *Inhaltliches Nichts*: Mit diesem Punkt ist die Boulevardisierung publizistischer Portale gemeint, wo Nachrichten über Stars und deren Sexualleben der Generierung von Klicks dienen, wie etwa auf *Spiegel Online* in der Rubrik Panorama. Lilienthal verweist auf den Journalisten und Blogger Stefan Niggemeier, der die Inhaltslosigkeit durch das bloße Kopieren von Agenturmeldungen oder Übernahmen aus dem Printbereich, die lediglich multimedial aufbereitet werden sowie schnell geschriebene Artikel über den Alltagsklatsch schon länger bedauert. Letztlich sei das Ziel vieler Online-Nachrichtenportale, gerade im Lokalbereich, Klicks zu generieren, um für Werbekunden attraktiv zu sein. Dies ist ein Problem, vor dem auch die großen Nachrichtenportale nicht gefeit sind: Bspw. *Spiegel Online* bittet die Nutzer seit geraumer Zeit die Adblocker bitte auszuschalten.
2. *Online-Ausbildung*: Lilienthal glaubt, das Problem des inhaltlichen Nichts habe seine Ursachen in der noch nicht ausreichend vorhandenen spezifischen Ausbildung von Online-Journalisten. Erfreulicherweise glaubt er an das Potenzial des Internet, gerade den Qualitätsjournalismus zu retten. Dafür müssten die Verleger jedoch auch in die dafür nötige Ausbildung investieren und dürften die Online-Redaktionen nicht so klein halten.
3. *Tiefendarstellung dank Crossmedialität*: Hinter der Forderung, die cross- und multimedialen Möglichkeiten des Internet stärker zu nutzen, verbirgt sich das Problem, dass dies bisher noch zu selten der Fall ist. Es ist zweifellos richtig, dass der Online-Journalismus eine besondere Qualität gewinnen kann, wenn er zusätzlich zu dem geschriebenen Text andere Medien, wie etwa Audio-

¹³⁵ Lilienthal, 2010: 49.

¹³⁶ Bei den folgenden Punkten beziehe ich mich auf Lilienthal, 2010: 49-59 und werde aus Gründen der Sparsamkeit nicht jede Stelle einzeln belegen. Lilienthals Argumente werden von mir kommentiert, erläutert und mit Beispielen versehen, was jeweils semantisch kenntlich gemacht wird.

streams oder Videos nutzt, durch die weiterführende Informationen bereitgestellt werden.

4. *Chronische Finanzprobleme:* Durch die Finanzierungsprobleme von Online-Portalen und den Einbruch der Werbekunden als Folge der Finanzkrise haben viele Online-Nachrichtenseiten den Dienst einstellen müssen, wodurch natürlich Vielfalt verloren geht. Laut Lilienthal schreibt nur *Spiegel Online* schwarze Zahlen, das Web-Portal der WAZ-Gruppe *derwesten.de* habe dagegen schon ein Millionendefizit erreicht. Es ist klar, dass die Abhängigkeit der Online-Dienste von ihren Print-Pendants zu einem Absterben von beiden führen kann, da auch im Print-Bereich die Einnahmen oft rückläufig sind. Es gibt allerdings funktionierende Finanzierungskonzepte, von denen einige in Deutschland bereits genutzt werden, wie das vorherige Kapitel (3.1) gezeigt hat.
5. *Das geizige Online-Publikum:* Hier ist die Gratis-Mentalität der Internet-Nutzer gemeint, die damit die prekäre Situation der Nachrichten-Portale mit verschuldet haben. Einige Portale wagten den Versuch, ihre Artikel gegen ein Entgelt anzubieten. Das Stichwort lautet: ‚Paid-Content‘. Das hat sich allerdings als zweischneidiges Unterfangen herausgestellt, weil die Online-Zeitungen dadurch automatisch an Reichweite verloren haben und als Folge die Werbeeinnahmen sanken. Als Finanzierungsoption ist dieses Modell von daher weitgehend vom Tisch.
6. *Jedermann als Publizist:* Das Internet bietet Laien die Möglichkeit, über Blogs, *Twitter* oder soziale Netzwerke selbst zu Publizisten zu werden, was bei professionellen Journalisten die Frage nach der Notwendigkeit ihrer Existenz aufgeworfen habe. Die Agenda werde nicht mehr durch die professionelle redaktionelle Selektion von Informationen gesetzt, sondern durch die Entscheidung der Nutzer, was sie interessant finden. Das, muss Lilienthal entgegnet werden, ist kein neues Phänomen, auch bei einer Print-Zeitung oder auf einem Online-Portal lesen nicht alle automatisch den Aufmacher, besonders nicht, wenn es den fünften Tag hintereinander ein Artikel über den Status der Flutkatastrophe an der Elbe ist. Interessant ist aber Lilienthals Überzeugung, dass sich der Qualitätsjournalismus besonders in Abgrenzung zu Bloggern als solcher beweisen kann, wenn er Hintergründe recherchiert, Zusammenhänge erklärt sowie Themen nach fachlichen Kriterien sortiert und bewertet.
7. *Blogs nicht überschätzen:* Im Zusammenhang mit Punkt 6. weist Lilienthal hier darauf hin, dass Blogs i.d.R. Spezialinteressen verfolgen, der Journalismus aber das gesamte Weltgeschehen in den Blick nimmt und in den Zusammenhang setzen kann. Zudem seien qualitativ hochwertige Blogs, die journalisti-

schen Standards genügen, fast immer auch von Journalisten erstellt worden. Lilienthal führt hier den Blogger und ausgebildeten Journalisten Niggemeier oder die Seite *blogmedien.de* an. Zudem stelle sich für Blogger noch mehr als für Journalisten das Aufmerksamkeitsproblem: Während journalistische Artikel auf Online-Plattformen gut platziert sind, müssen die Blogs im Netz erst gesucht und gefunden werden.

8. *30 Milliarden Websites*: Innerhalb der großen Zahl und Vielfalt von Websites gibt es nur wenige mit journalistischem Gehalt. *Spiegel Online* ist im deutschen Raum bisher das meistbesuchte Informationsmedium journalistischer Art und nimmt daher eine kommunikative Schlüsselfunktion, eine *Gatekeeper*-Rolle ein. Das jüngste Informationsmedium im Internet ist *Twitter*. *Twitter* kann mit seiner Beschränkung auf 140 Zeichen aber nur eine journalistische Zusatzfunktion, keine Schlüsselrolle einnehmen, und ist als Nachrichtenquelle nicht sehr vertrauenswürdig, weil es vielfach der Selbstinszenierung einzelner Personen dient. Da das Medium Internet noch jung ist, kann noch nicht abgesehen werden, welche Entwicklungen sich dort noch anbahnen und wie interessant diese für den Journalismus sein werden. In jedem Fall muss der Online-Journalismus ein verstärktes Bewusstsein für die Möglichkeiten neuer Entwicklungen und eine damit verbundene, hohe Medienkompetenz aufweisen.¹³⁷ Von daher steht diese Bestandsaufnahme in direktem Zusammenhang mit der zu verbessernden Online-Ausbildung, Punkt 2. auf Lilienthals Agenda.
9. *Integration*: Hier verweist Lilienthal auf die heutige Aufgaben des Journalismus, gesellschaftlichen Segmentierungstrends, Personalisierung und Verspartung von Interessen sowie die Bildung kleinräumlicher Informationssphären, die Spezialinteressen folgen, entgegenzuwirken und die gesamtgesellschaftlichen Interessen in den Blick zu nehmen. Nicht nur die öffentlich-rechtlichen Medien, sondern besonders auch die Online-Medien müssen seiner Meinung nach für die Integration der Gesellschaft sorgen, weil die Reichweite im Internet ungleich größer ist, denn dort werden auch Jugendliche erreicht. Hier schließt sich also der Kreis zwischen McChesney und Lilienthal, wobei letzterer im Unterschied zum ersteren gerade im Online-Journalismus die Chance sieht, die gesellschaftliche Funktion des Journalismus und die Demokratisierung der Bevölkerung zu realisieren.

¹³⁷ Auf die oft mangelhafte Medienkompetenz von Journalisten, etwa im Umgang mit Suchmaschinen und der Bewertung von deren Ergebnissen, hat Schröder ebenfalls hingewiesen (siehe Kapitel 3.1.1, S. 27).

10. *Diktatur des Publikums:* In allen Medien und speziell im Internet entscheidet das Publikum, was es hören, sehen und lesen will und nimmt damit natürlich auch Einfluss auf die kommunizierten Informationen. Wie im Fernsehen die Messung der Einschaltquoten darüber entscheidet, können im Online-Journalismus im Viertelstundentakt durchgeführte Messungen der Klickzahlen eines Artikels über dessen Verbleib als Aufmacher entscheiden. Das hat zwei Konsequenzen, die Journalisten müssen das Interesse an politisch wichtigen Informationen wecken, etwa durch mediale Aufbereitung, das Publikum muss der journalistischen Arbeit aber auch eine gewisse Wertschätzung entgegenbringen.
11. *Zivilgesellschaftliche Entwicklungsaufgabe:* Als Fazit sieht Lilienthal Entwicklungsbedarf bei den Journalisten, die besonders im Umgang mit den neuen Medien und seinen Nutzern Lernbedarf haben. Er möchte aber auch ein erhöhtes Wertebewusstsein beim Publikum, das, so muss es gesagt werden, nicht nur in Hinblick auf journalistische Informationen eine Gratis-Mentalität an den Tag legt, wie es sie vorher nicht gegeben hat. Denn letztlich können die Ausbildung der Journalisten und ihre Arbeit noch so gut sein, es kommt zunächst zu einer institutionellen und schließlich zu einer gesellschaftlichen Schieflage, wenn diese Arbeit nicht mehr wertgeschätzt wird. Anders ausgedrückt, wozu Qualitätsjournalismus, wenn ihn niemand will?

Diese beiden Positionen von McChesney und von Lilienthal umreißen das Problem bzw. Spannungsfeld zwischen dem Medium und dem Qualitätsjournalismus in unterschiedlich überzeugender Weise. McChesneys Befürchtung, das Internet und der Online-Journalismus hätten durch die ungleiche Konkurrenz zu den Print-Medien und damit verbundene Finanzierungsprobleme den Journalismus insgesamt in eine bedrohliche Situation gebracht, ist vor dem Hintergrund neuer, teilweise bereits funktionierender Finanzierungsmodelle nicht zuzustimmen (siehe Kapitel 3.1.2.). Seine Kritik an den oft sehr ‚blauäugigen‘ Verfechtern des Internet als Raum der Freiheit und wahrer Demokratie ist vor dem Hintergrund von Zensurmöglichkeiten, die sogar einige Online-Medien durchführen, und der jüngst bekannt gewordenen globalen staatlichen Bespitzelung dagegen begründet. Wenn überhaupt, dann müsste das Internet erst zu so einem Freiraum werden – was womöglich eine Wunschvorstellung bleiben wird, weil das Netz wahrscheinlich immer Interessensgruppen Kontrollmöglichkeiten bieten wird. Diese Probleme des Internet betreffen nicht nur Journalisten, sondern generell alle Nutzer. Daher ist es eigentlich naheliegend, dass gerade ein investigativer, qualitativ hochwertiger Journalismus durch diese staatlichen und unternehmerischen Kontrollversuche gefordert wird.

Lilienthal geht dagegen von einer faktischen Position aus: Der Tatsache, dass die Qualität vieler Artikel im Internet zu wünschen übrig lässt. Seine 11. Punkte Agenda beschreibt deshalb bestehende Faktoren, die zu dieser Situation geführt haben, enthält aber gleichzeitig auch Maßnahmen zur Überwindung dieser Problematik. Bemerkenswert ist, dass er als Journalist die mangelhafte Ausbildung und nicht immer vorhandene Affinität seiner Berufsgruppe im Umgang mit dem neuen Medium für viele Probleme verantwortlich macht. Aber es ist keine Frage, dass die vollständige Ausschöpfung der cross- und multimedialen Möglichkeiten des Internet eine ganz eigene Qualität, mit einem Mehrwert an Informationen schaffen könnte. Zudem überzeugt seine Argumentation in der Auseinandersetzung mit Bloggern und der allgemeinen Zunahme und Unüberschaubarkeit von Informationen im Internet, dass sich der Journalismus genau vor diesem Hintergrund qualitativ abheben könnte. Schließlich führt die Informationsflut im Netz zu einem steigenden Bedarf nach gut recherchierten und erklärten Informationen, wie Heribert Prantl ebenfalls betont (siehe Kapitel 3.1.2). Insofern sieht Lilienthal im Internet ganz eigene Möglichkeiten für den Qualitätsjournalismus, die von den Rezipienten jedoch auch nachgefragt werden müssen. Er bietet jedoch keine konkreten Realisierungsmöglichkeiten an.

3.2.2 Der Wandel des Qualitätsjournalismus im Internet

Konkrete Ratschläge, wie Journalisten verschiedene Online-Medien, wie Blogs oder soziale Netzwerke, nutzen können, finden sich in erster Linie in journalistischer Ratgeberliteratur, wie bspw. in Andy Bulls Werk „Multimedia Journalism“ (2010), Gabriele Hooffackers „Online-Journalismus“ (2010) und dem Sammelband „Innovationen für den Journalismus“ (2009) von Susanne Fengler und Sonja Kretzschmar. Es sind praktische Anleitungen, aus denen sich das heutige Arbeitsfeld eines Online-Journalisten ableiten lässt. Dabei werden die bisher beschriebenen Problematiken des neuen Berufsfelds natürlich nicht berücksichtigt. Allein die Autoren in dem Band von Fengler und Kretzschmar reflektieren, welche unerwünschten Effekte der journalistische Gebrauch dieser Medien mit sich bringen kann, etwa dass die Zahl der Plagiate im Internet zunimmt, Videos manipuliert werden können, Bloggern die Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit von Journalisten fehlt und sie daher zweifelhafte Quellen sein können oder eben dass die Praxis heutiger Online-Recherchen und Interviews vom Schreibtisch aus problematisch ist.¹³⁸

¹³⁸ Vgl. Fengler/Kretzschmar, 2009.

In der Conclusion zu ihrem Sammelband „News Online. Transformations and Continuities“ reflektieren Graham Meikle und Guy Redden dagegen über einige interessante positive Aspekte des Internets. Ihnen gemäß bietet das Web 2.0 die Möglichkeit der Interaktion zwischen professionellen Journalisten, Nutzern und nicht-professionellen Journalisten.¹³⁹ Es liegt auf der Hand, dass professionelle Journalisten von dieser Interaktions- bzw. Konversationsmöglichkeit profitieren können, wenn sie konstruktive Kommentare ernst nehmen und Hinweise zu ihrer Arbeit zukünftig berücksichtigen. Durch die Konversation mit den Nutzern entsteht zudem ein Informationsmehrwert, weil die Journalisten auf Fragen eingehen und weitere Hintergrundinformationen liefern sowie Zusammenhänge erklären können. Wenn also der Online-Journalismus die Interaktion mit den Nutzern produktiv in den Arbeitsalltag integrieren kann, ist dadurch ein signifikanter Qualitätsanstieg der Artikel möglich. Zudem kann die Möglichkeit der freien Meinungsäußerung zu einzelnen Artikeln oder ihrem Gegenstand und die Möglichkeit der Diskussion mit anderen Nutzern sowie den Autoren als eine Form der Demokratisierung verstanden werden.¹⁴⁰

Nicht so positiv fällt bei Meikle und Redden das Bild von nicht-professionellen Beiträgen aus, wie sie sich bspw. auf den Seiten von *Zeit Online* oder der britischen *BBC* finden - offenbar genügen Artikel von Nutzern selten journalistischen Kriterien und müssen vor der Veröffentlichung meistens editiert werden, wodurch für die professionellen Journalisten wieder eine zusätzliche Arbeitsbelastung entsteht.¹⁴¹ Andererseits stellen nicht-professionelle Journalisten den professionellen Journalismus oft unter Zugzwang, wenn sie etwas veröffentlichen, was eine Redaktion nicht freigeben möchte. Reddek und Meikle nennen den Fall Clinton-Lewinsky, den *Newsweek* unterdrücken wollte und der daher von Matt Drudge publik gemacht wurde.¹⁴² Abgesehen davon, sollten die Nicht-Professionellen natürlich ein Ansporn für die Professionellen sein, bessere Qualität zu liefern.

Redden und Meikle stellen fest, dass sich News im Internet anders ereignen als in den klassischen Medien Print, TV und Radio: Es gibt so etwas wie Informationsflüsse und einen permanenten Informationsaustausch über „news sites, newsgroups, email, chat-rooms, from institutional sites to alternative media sites, resource centre sites, search engines, portals“¹⁴³. Diese Tatsache erfordert von Journalisten natürlich neue Kriterien

¹³⁹ Vgl. Meikle/Redden, 2011: 211.

¹⁴⁰ Vgl. ebd. 214.

¹⁴¹ Vgl. ebd. 212.

¹⁴² Vgl. ebd. 215.

¹⁴³ Ebd. 213f.

für die Selektion und die Recherche, wie es im vorherigen Kapitel auch Schröder und Lilienthal angesprochen haben. Das Internet stellt auf neue und vielfältige Weise Informationen bereit, deren versierte und produktive Nutzung neue Formen von Qualität versprechen. Die Wünsche der Nutzer, die mit den medialen Möglichkeiten des Internet wachsen, sind jedoch offenbar auch nicht mehr wegzudenken. Daher sind Meikle und Redden der Meinung, journalistische Inhalte sollten in einem medialen Umfeld präsentiert werden, das einerseits weiterführende Informationen erlaubt, andererseits aber auch den Vorlieben der Nutzer (z.B. der jüngeren Generation) entspricht.¹⁴⁴ Der Text allein hat laut den Autoren seinen Zenit überschritten, heutige journalistische Informationen sollten sich in einem Umfeld aus Interaktion, sozialen Netzwerken, mobiler Kommunikation und auch Spielen befinden.¹⁴⁵ Zwar muss und wird sich der Online-Journalismus auch in Zukunft anhand medialer Innovationen im Internet orientieren und daher wandeln wie das Netz selbst, dennoch sind die Autoren überzeugt, dass traditionelle journalistische Konventionen Bestand haben werden bzw. müssen.¹⁴⁶ Das würde eine Rückbesinnung auf die von Arnold genannten Kriterien für guten Journalismus (siehe Kapitel 2.1.2) bedeuten, die merkwürdigerweise vom Internet ausgelöst, wenn nicht sogar erzwungen wird.

Wie viele hier bereits genannten Autoren, so stellen auch Leif Kramp und Leonard Novy fest: „Professioneller, redaktionell organisierter Journalismus ist und bleibt eine Aufgabe und demokratiepolitische Notwendigkeit.“¹⁴⁷ Zwar haben die Umbrüche der vergangenen Jahre, ausgelöst durch Digitalisierung und Finanzkrise, den Journalismus vor schwierige Aufgaben gestellt, aber den Blick für die Möglichkeiten des Internets für den Journalismus haben sich nach Meinung der Autoren die Verlage selbst verstellt.¹⁴⁸ Kramp und Novy glauben wie Lilienthal und letztlich auch Meikle und Redding daran, dass der Journalismus im Netz gewissermaßen neu entstehen kann, wobei allerdings kein Weg mehr an den Nutzern vorbeiführt.¹⁴⁹ Die Autoren nennen einige konkrete Wandlungsprozesse, die das Internet mit sich bringt oder noch mit sich bringen muss: Neben der Etablierung neuer Finanzierungsmodelle wäre das Verhältnis zwischen Verlagen und Redaktionen bzw. Journalisten (Stichworte: Reduktion, Gehaltssenkung) zu überdenken sowie die Integration von Blogs in die Berichterstattung und die stärkere Einbindung der Nutzer in die Produktion journalistischer Inhalte. Den Nachholbedarf

¹⁴⁴ Vgl. ebd.

¹⁴⁵ Vgl. ebd.

¹⁴⁶ Vgl. ebd. 216.

¹⁴⁷ Kramp/Novy, 2013: 236.

¹⁴⁸ Vgl. ebd.

¹⁴⁹ Vgl. ebd.

bei der medialen Schulung von Journalisten erkennen Kramp und Novy auch, sie fordern aber auch mehr Freiräume zum Experimentieren mit neuen Technologien, deshalb sollten die Verlage oder Geschäftsführer die Zusatzaufgaben der Journalisten verringern, so dass eine „journalistische Innovationskultur“¹⁵⁰ entstehen kann. Kramp und Novy glauben nicht, dass die herkömmliche Praxis des Online-Journalismus, Informationen von Agenturen simpel und textlastig aufzubereiten, eine Zukunft haben wird.¹⁵¹ Vielmehr müssen die journalistischen Angebote im Internet einen Mehrwert gegenüber anderen Angeboten bieten, bspw. indem Informationen über mehrere Medien und verschiedene Plattformen hinweg verfügbar gemacht werden, um für die Rezipienten interessant zu sein und diese auch einbinden zu können.¹⁵² Nach Meinung von Kramp und Novy haben die Verlage, aber auch die Online-Journalisten die Tendenzen zur Partizipation der Nutzer und damit zur Demokratisierung des Internet verschlafen, wie sie sich in Blogs, Wikis oder sozialen Netzwerken äußert.¹⁵³ Damit hat der Journalismus letztlich einen demografischen Wandel übersehen und damit seine gesellschaftliche Position und Funktion gefährdet. Anders ausgedrückt, jüngere Generationen beobachten und orientieren sich durch Kommunikation über *Twitter*, *Facebook* oder Blogs. Diese Generationen muss der Journalismus einbinden, was nur durch verstärkte Miteinbeziehung des Publikums und Nutzung entsprechender Medien möglich ist. In Konsequenz bedeutet dies, die Nutzer sind im Internet Teil des Journalismus geworden: Sie leisten eigene Beiträge und müssen lernen, Qualität nicht nur einzufordern, sondern auch wertzuschätzen. So kann ein Qualitätsjournalismus quasi in Rückkopplung mit seinem Publikum entstehen.

Im Grunde genommen treibt der technologische Fortschritt des Internet solche Entwicklungen voran. Ohne die Möglichkeiten des Web 2.0, einfacher Software zur Erstellung von Blogs und soziale Netzwerke wäre die Verbindung zwischen Journalisten und Nutzern nicht soweit, wie sie heute ist, sondern Informationen würden nach wie vor einseitig von Sendern zu Empfängern kommuniziert. Es steht zu vermuten, dass zukünftige Technologien den Austausch zwischen Journalisten und Nutzern bzw. nicht-professionellen Journalisten noch enger gestalten werden. Dementsprechend gibt James Curran in dem Artikel „The Future of Journalism“ die Überzeugung mancher Medienvertreter und Wissenschaftler wieder, die von einem „new *social* model based on pro-am (that is, professional-amateur) partnership“¹⁵⁴ sprechen. Er verwendet auch den

¹⁵⁰ Ebd. 237.

¹⁵¹ Vgl. ebd. 238.

¹⁵² Vgl. ebd.

¹⁵³ Vgl. ebd. 239.

¹⁵⁴ Curran, 2011: 25.

Ausdruck „network journalism“¹⁵⁵, womit ein Austausch zwischen professionellen und nicht-professionellen Journalisten gemeint ist, von dem insbesondere erstere profitieren können, wenn ihnen die nicht-professionellen Informationen liefern, die sie sonst nicht bekommen würden. Beispiele dafür finden sich jeden Tag auf Online-Nachrichtenseiten, wenn bspw. die einzigen Nachrichten aus Krisengebieten von Amateuren über *Twitter* kommuniziert werden oder bestimmte Informationen ausschließlich an einzelne Blogger weitergegeben werden. Zumindest in Bezug auf die Amateure könnte die Bezeichnung ‚Journalismus‘ durch „journalistic activity“¹⁵⁶ ersetzt werden. Dahinter steht die Idee, dass Journalismus im Internet nicht mehr von oben nach unten, also vertikal organisiert wird, wobei die professionellen Journalisten eine Gatekeeper-Funktion innehaben, sondern dass die Organisation des Informationsflusses horizontal zwischen Profis und Amateuren verläuft.¹⁵⁷ Wobei jeder Nutzer potenziell zu einem journalistischen Amateur werden kann. Diese Argumentation läuft auf die Hoffnung hinaus: „*the crisis is leading to the re-invention of journalism in a better form*“¹⁵⁸ [Hervorhebung im Original].

Diese Hoffnung ist jedoch noch weit davon entfernt, erfüllt zu werden, stellt Curran fest, denn auch im Internet sind die journalistischen Medien nicht wirklich horizontal organisiert: Blogs führen i.d.R. eine Nischenexistenz, indem sie spezielle Interesse einzelner Gruppen bedienen und kaum eine Nachrichtenwebsite, die von Amateuren betrieben wird, hat so viele Rezipienten wie die Seiten der großen Nachrichtenverlage (z.B. *Spiegel Online* oder *Bild.de* in Deutschland, die Seiten von *Times* und *Sun* in Großbritannien).¹⁵⁹ Dennoch wünscht sich auch Curran, wie eine ganze Reihe der oben genannten Autoren, eine Rückkehr des klassischen Journalismus und seiner Qualitätsmerkmale im Internet.¹⁶⁰ Ihm ist allerdings klar, dass die Realität bisher anders aussieht: „British Journalists are under a strong pressure to produce more, in less time, as a consequence of newsroom redundancies, the extension of news platforms, and the need to update stories in a 24-hour news cycle.“¹⁶¹ Curran spricht in diesem Zusammenhang von „creative cannibalism“¹⁶², was etwas abgeschwächt vielleicht kreative Ausbeutung genannt werden könnte. Damit schließt sich Curran im Grunde der

¹⁵⁵ Ebd.

¹⁵⁶ Ebd.

¹⁵⁷ Vgl. ebd.

¹⁵⁸ Ebd. 26.

¹⁵⁹ Vgl. ebd. 28.

¹⁶⁰ Vgl. ebd.

¹⁶¹ Ebd.

¹⁶² Ebd.

Forderung von Kramp und Novy nach mehr Freiräumen für die Journalisten an. Denn anders kann Qualität nicht entstehen.

4 Fazit: Perspektiven für den Qualitätsjournalismus im digitalen Zeitalter

Alle oben genannten Standpunkte zu dem Thema Finanzierung und Internet treffen sich bei der Forderung nach einer Rückkehr des Qualitätsjournalismus, um heutigen Generationen eine Orientierung in einer äußerst komplex gewordenen, globalisierten Welt zu bieten und die Demokratiefähigkeit der Bevölkerung zu fördern. Diese Einigkeit mag auf den ersten Blick positiv erscheinen, dahinter steckt jedoch die ebenso gemeinsame, beunruhigende Feststellung, dass die Qualität des Journalismus in den letzten Jahren massiv gelitten hat – und zwar nicht nur im Internet.

Für den Qualitätsjournalismus gelten trotz der medialen Umbrüche durch die Digitalisierung weiterhin die von Arnold genannten Kriterien der Vielfalt, Aktualität, Relevanz, Glaubwürdigkeit, Unabhängigkeit, Recherche, Kritik und Zugänglichkeit (siehe Kapitel 2.1.2). Aufgrund von Zeitdruck, den zunehmenden Informationsflüssen im Internet und der mitunter nicht besonders gut ausgeprägten Fähigkeit der Journalisten, diese Informationen sinnvoll zu filtern, leidet die Recherche von Artikeln. Statt Agenturmeldungen um- oder ganze Artikel abzuschreiben, lautet die Forderung, den Schreibtisch zu verlassen und wieder klassisch vor Ort zu recherchieren. In den Fällen, wo eine solche klassische Recherche möglich ist, mag das sinnvoll sein, es ist aber eine nicht mehr zu ändernde Tatsache, dass die Digitalisierung und Mediatisierung vieler Lebensbereiche auch dazu geführt hat, dass bestimmte Informationen nur noch digital zur Verfügung stehen. Es ist schlicht unmöglich, in allen Teilen der Welt Journalisten vor Ort zu haben, die bspw. ein Massaker an der Bevölkerung in Syrien prüfen können. In solchen Fällen müssen Journalisten in der Lage sein, verschiedene Medien als Quellen zu nutzen und nach bestimmten Kriterien zu gewichten. Gleichzeitig zwingen das Medium Internet und die dortige Konkurrenz der Informationsquellen Journalisten, möglichst aktuell zu sein. Der Spagat zwischen der sauberen digitalen Recherche und Selektion und der aktuellen Veröffentlichung von Informationen ist nur durch eine gute Ausbildung zu gewährleisten, die auf die besonderen Bedingungen des Internet zugeschnitten ist sowie durch ein Handeln der Verlage, das den Mitarbeitern genügend Freiraum zur Entwicklung von Qualität, aber auch mediale Weiterbildungsmaßnahmen bietet.

Diese Freiräume brauchen die Journalisten, wenn sie der in den obigen Kapiteln mehrfach genannten Idee nachkommen sollen, die speziellen Bedingungen des Internet für neue Formen des Qualitätsjournalismus zu nutzen. Es ist ohne Zweifel richtig, dass die

Ergänzung von einzelnen Artikeln mit anderen Medien, wie bspw. Video-Interviews, für die Nutzer einen Informationsmehrwert schaffen kann, über den weder das Medium Print, noch das Fernsehen¹⁶³ verfügt. Ebenso steht es außer Zweifel, dass heutige Generationen von Nutzern nicht mehr nur als Nachrichtenempfänger fungieren möchten, sondern Informationen nach eigenen Interessen und mit subjektiven medialen Vorlieben auswählen, um sich anschließend in der Community sowie mit den Journalisten darüber austauschen zu können. Diese Interaktionen mit den Nutzern bei gleichzeitiger crossmedialer Aufbereitung von Informationen und deren Darstellung in einem qualitativ hochwertigen Artikel, der nicht vor lauter Fakten- und Rechtschreibfehlern strotzt, ist zeit- und arbeitsaufwändig und kostet daher Geld. Es ist nicht von der Hand zu weisen, dass das Internet dem Qualitätsjournalismus ganz eigene neue Möglichkeiten eröffnet. Es ist aber unter den Bedingungen von verkleinerten Redaktionen und damit verbundener zusätzlicher, oft nicht fachbezogener Aufgaben für die Journalisten – wie etwa der Akquise von Werbe- und PR-Kunden – nicht möglich, diese Qualität zu erreichen.

Das bedeutet, die aktuelle Krise des Qualitätsjournalismus ist zu einem wesentlichen Teil auf die ökonomischen Bedingungen zurückzuführen, unter denen Journalisten heute arbeiten müssen. Durch die Finanzkrise wirtschaftlich angeschlagene Verlage, aber auch Manager, die in erster Linie an hohen Gewinnen interessiert sein dürften, haben Redaktionen verkleinert oder zusammengelegt, Gehälter gekürzt und neben anderen Tätigkeiten die Akquisition von Werbekunden in den journalistischen Arbeitsalltag integriert. Abgesehen davon, dass dadurch die Qualität der journalistisch aufbereiteten Informationen gesunken ist, bedeutet auch die Zunahme mehr oder weniger verdeckter PR in Form von scheinbar journalistischer Berichterstattung ein Problem für die Rezipienten und letztlich auch für den Journalismus: Wenn PR und Journalismus aus Rezipientensicht nicht mehr zu trennen sind, bspw. bei einem Bericht über einige neue Produkte, die auf einer Elektronikmesse vorgestellt wurden, sinkt sowohl die Glaubwürdigkeit als auch die Wertschätzung des Journalismus in der Bevölkerung. Mit anderen Worten, es ist nicht möglich, vom Publikum ein Bewusstsein für die Notwendigkeit und den Wert von Qualitätsjournalismus zu fordern, wenn Informationsplattformen im Internet bis zu einem gewissen Maß als Sprachrohre der Industrie und der Politik fungieren.

Natürlich ist die Krise des Qualitätsjournalismus auch durch das Medium Internet bedingt. Die Herausforderungen für den Journalismus beschränken sich nicht auf die Aktualität und crossmediale Produktionsweise von Informationen in diesem Medium,

¹⁶³ Das Fernsehen bietet zwar auch Bewegbilder, aber nicht die für das Internet spezifische Kombination von reichhaltigem Text, Bild, Video und Hyperlinks.

sondern sie entstehen auch durch erschwerte Recherche- und Selektionsbedingungen in einer konstanten Informationsflut aus zum Teil höchst unzuverlässigen Quellen, wie etwa *Twitter* oder Blogs unbekannten Ursprungs. Dies sind aber nur dann erschwerte Bedingungen für den Qualitätsjournalismus, wenn die Verlage, Manager oder Finanziers permanenten ökonomischen Druck auf die Redaktionen ausüben und die Journalisten keinen Raum erhalten, um die Möglichkeiten des Mediums voll auszuschöpfen. Letztlich gibt es eine ganze Reihe von Finanzierungsmodellen, zu denen Stiftungen und private Träger genauso gehören wie eine Kulturflatrate oder staatliche Förderung und nicht zuletzt die erfolgreiche Erweiterung der Geschäftsfelder, mit deren Hilfe sich Qualitätsjournalismus realisieren lässt. Oft fehlt es wohl einfach an der notwendigen Initiative der Verlage und der Journalisten.

Beispiele wie *Bloomberg* oder die amerikanische Qualitätsplattform *ProPublica*, aber auch die deutsche *Zeit* oder die *Süddeutsche Zeitung* zeigen, dass Qualität durchaus nachgefragt wird und auch finanzierbar ist. Und dieses ist besonders der Fall in einer Zeit, wo über Blogs, soziale Netzwerke oder in Form von *Youtube*-Videos eine stetig wachsende, unüberschaubare Anzahl subjektiver Informationen für spezielle Interessensgruppe verfügbar gemacht wird. Dieses ist genau der Hintergrund, vor dem sich der Qualitätsjournalismus im Internet neu formieren kann und im Unterschied zu anderen Quellen Zusammenhänge und Hintergründe der komplexen Welt liefern und mit dem Blick über den Tellerrand die Funktionen der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung und Demokratisierung erfüllen kann. Insofern bietet das Internet dem Qualitätsjournalismus eine Möglichkeit für den Wandel, der mancherorts bereits im vollen Gange, teilweise aber noch in weiter Ferne ist.

Literaturverzeichnis

Allan, Stuart: Online News and the Internet. Berkshire: Open University Press 2006.

Arnold, Klaus: Qualitätsjournalismus. Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz: UVK 2009.

Bergmann, Knut/Novy, Leonard: „Zur Konkretisierung der Debatte über philanthropische Finanzierungsmodelle.“ In: Kramp, Leif et al. (Hg.) Journalismus in der digitalen Moderne. Einsichten. Ansichten. Aussichten. Wiesbaden: Springer 2013, S. 201-213.

Bianchini-Hartmann, Maren/ Hepp, Andreas (Hg.): Die Mediatisierung der Alltagswelt. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2010.

Birkner, Thomas: Das Selbstgespräch der Zeit. Die Geschichte des Journalismus in Deutschland 1605 – 1914. Köln: Herbert von Halem 2012.

Blöbaum, Bernd: Journalismus als soziales System. Opladen: Westdeutscher Verlag 1994.

Böning, Marietta: Killer Content versus Kommerz. Das kulturökonomische Dilemma des Qualitätsjournalismus im World Wide Web. Berlin: Avinus 2006.

Bucher, Hans-Jürgen/Püschel, Ulrich: „Die Zeitung im Spannungsfeld von Print und Digitalisierung.“ In: Dies. (Hg.): Die Zeitung zwischen Print und Digitalisierung. Wiesbaden: Westdeutscher Verlag 2001, S. 9-19.

Bull, Andy: Multimedia Journalism: A Practical Guide. New York: Routledge 2010.

Christl, Reinhard: Ist der Journalismus am Ende? Ideen zur Rettung unserer Medien. Wien: Falter 2012.

Cooke, John Byrne: Reporting the War - Freedom of the Press from the American Revolution to the War on Terrorism. New York: Palgrave Macmillan 2007.

Curran, James: „The Future of Journalism.“ In: Franklin, Bob (Hg.): The Future of Journalism. London/New York: Routledge 2011, S. 23-36.

Fengler, Susanne/ Kretzschmar, Sonja (Hg.): Innovationen für den Journalismus. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2009.

Haller, Michael: „Die Journalisten und der Ethikbedarf.“ In: Haller, Michael/Holzhey, Helmut (Hg.): Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen: Westdeutscher Verlag 1992, S. 196-211.

Heng, Stefan et al.: Verlage im Umbruch: Digitalisierung mischt Karten neu. 30.09.2010. URL: http://www.dbresearch.de/PROD/DBR_INTERNET_DE_PROD/PROD0000000000262885.pdf (Stand 10.05.2013).

Hooffacker, Gabriele: Online-Journalismus. Texten und Konzipieren für das Internet. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. Berlin: Econ 2010.

Jakob, Geribert et al.: Begrenzter Journalismus – Was beeinflusst die Entfaltung des Qualitätsjournalismus? Mainz: MainzerMedienDisput 2009. Und Online im Internet: URL: <http://www.mediendisput.de/downloads/Begrenzter%20Journalismus.pdf> (Stand 14.06.2013).

Kramp, Leif: „Profession am Scheideweg. Journalismus zwischen Aufbruch und Existenzängsten.“ In: Kramp, Leif et al. (Hg.): Journalismus in der digitalen Moderne. Einsichten. Ansichten. Aussichten. Wiesbaden: Springer 2013, S. 33-63.

Kramp, Leif/Novy, Leonard: „Journalismus in der digitalen Moderne: Aufbruch in eine ungewisse Zukunft.“ In: Kramp, Leif et al. (Hg.): Journalismus in der digitalen Moderne. Einsichten. Ansichten. Aussichten. Wiesbaden: Springer 2013, S. 235-240.

Lämmle, Kathrin/Peltzer, Anja/Wagenknecht, Andreas (Hg.): Krise, Cash & Kommunikation. Die Finanzkrise in den Medien. Konstanz: UVK 2012.

Lilienthal, Volker: „Qualität unter Druck – Journalismus im Internetzeitalter.“ In: Schröder, Michael/Schwanebeck, Axel (Hg.): Qualität unter Druck. Journalismus im Internet-Zeitalter. Baden-Baden: Nomos 2011, S. 49-61.

McChesney, Robert W.: „The Crisis of Journalism and the Internet.“ In: Meikle, Graham/Redden, Guy (Hg.): News Online. Transformations and Continuities. Houndmills et al.: Palgrave Macmillan 2011, S. 53-69.

Meier, Klaus: Journalistik. Konstanz: UVK 2011.

Meikle, Graham/Redden, Guy: „Conclusion.“ In: Dies. (Hg.): News Online. Transformations and Continuities. Basingstoke: Palgrave Macmillan 2011, S. 210-218.

Neuberger, Christoph/Kapern, Peter: Grundlagen des Journalismus. Wiesbaden: Springer 2013.

Novy, Leonard: „Vorwärts (n)immer? Normalität, Normativität und die Krise des Journalismus.“ In: Kramp, Leif et al. (Hg.): Journalismus in der digitalen Moderne. Einsichten. Ansichten. Aussichten. Wiesbaden: Springer 2013, S. 17-33.

Palfrey, John/Gasser, Urs: Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives. Philadelphia: Basic Books 2008.

Picot, Arnold: „Begrüßung und Einführung.“ In: Eberspächer, Jörg (Hg.): Die Zukunft der Printmedien. Berlin/Heidelberg/New York: Springer 2002, S. 3-7.

Pöttker, Horst: „Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe.“ In: Löffelholz, Martin (Hg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden: Springer 2000, S. 375-390.

Prantl, Heribert: „Zwischen Morgen und Grauen. Oder: Die Zeitung ist tot, es lebe die Zeitung.“ In: Ders.: Die Welt als Leitartikel. Zur Zukunft des Journalismus. Wien: Picus Verlag 2012, S. 25-51.

Schatz, Heribert/Schulz, Winfried: „Qualität von Fernsehprogrammen. Kriterien und Methoden zur Beurteilung von Programmqualität im dualen Fernsehsystem.“ In: Media Perspektiven, Heft 11, S. 690-712.

Schröder, Michael: „Journalismus als Kulturgut – Kriterien für Qualität in Zeiten der Krise.“ In: Schröder, Michael/Schwanebeck, Axel (Hg.): Qualität unter Druck. Journalismus im Internet-Zeitalter. Baden-Baden: Nomos 2011, S. 9-25.

Schulze, Volker: Die Zeitung. Ein medienkundlicher Leitfaden. Aachen-Hahn: Hahner Verlags-Gesellschaft 2001.

Spiegel Online: Web-Überwachung durch die NSA: 29-jähriger Techniker verriet Spähprogramm Prism. 09.06.2013. URL: <http://www.spiegel.de/netzwelt/netzpolitik/guardian-enthüllt-ex-geheimdienst-mitarbeiter-als-prism-quelle-a-904667.html> (Stand 25.06.2013).

Stöber, Rudolf: Deutsche Pressegeschichte. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft 2005.

Weichert, Stefan: „Der dritte Weg. Warum wir stiftungsfinanzierte Medien brauchen.“ In: Kramp, Leif et al. (Hg.): Journalismus in der digitalen Moderne. Einsichten. Ansichten. Aussichten. Wiesbaden: Springer 2013, S. 213-235.

Wenzlaff, Karsten: „Bezahlbarer Journalismus in der digitalen Moderne.“ In: Kramp, Leif et al. (Hg.): Journalismus in der digitalen Moderne. Einsichten. Ansichten. Aussichten. Wiesbaden: Springer 2013, S. 147-161.

Eigenständigkeitserklärung

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

Ort, Datum

Vorname Nachname